http://www.monitor.co.at

Mai 2003

Ausgabe 5/2003

ISSN 1021-271X P.b.b. Zul.Nr. 02Z031040M - Verlagsort Wien, Verlagspostamt 1110 Wien - Coverbild Photo Disc Series

Monitor

Das Magazin für Informationstechnologie

Business Intelligence

Nutzen Sie Ihre Daten!

Telekom-Serie:
Breitband als Hoffnungsmarkt

IT in den Bundesländern:
Kärnten

Marktüberblick: Scanner

„Business Intelligence auch für den Mittelstand leistbar machen."
Stefan Gurszky, Microsoft Business Solutions

Hier sollte Ihr Name stehen. Fragen Sie uns nach einem Abo. Tel: 01/74095-496

IT-Business in Österreich 2003

Jetzt bestellen unter www.monitor.co.at/itbuch

Tagelang verhört,

weil er jahrelang keine Fragen gestellt hat.

Der CIO Alexander H. hat etwas Schlimmes getan: Nichts. Weil er sich nicht für den IT-Bereich seines Unternehmens interessierte. Weil er nicht ahnte, dass dort große, ja sogar riesige Potentiale schlummern – Sparpotentiale, aber auch Entwicklungschancen.

Fast ein Verbrechen und leider kein Einzelfall. Siemens Business Services unterstützt Sie beim Optimieren Ihrer Geschäftsprozesse und entwickelt für Sie maßgeschneiderte Lösungen. Zum Beispiel von SAP. So sichern Sie Ihrem Unternehmen einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz. Und unangenehme Fragen kommen erst gar nicht auf.

Der führende IT-Dienstleister Österreichs.

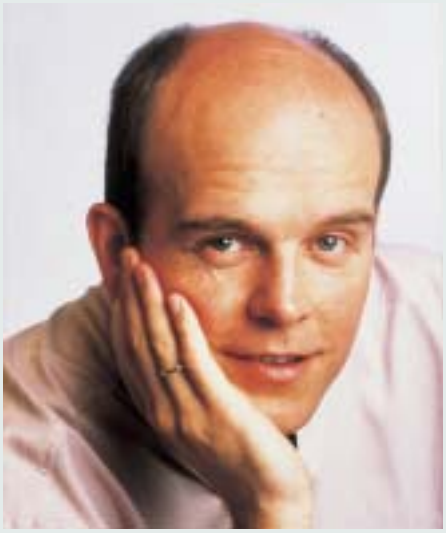
www.sbs.at/solutions

SIEMENS

Global network of innovation

Intelligenz im Vormarsch

2002 war für viele Softwareanbieter verlustreich, eine Ausnahme dabei waren aber etwa die Anbieter im Segment der Business-Intelligence-Software (BI). Der BI-Markt zeigte sich überraschend stabil, das „Thema" dieses Heftes beleuchtet dazu die näheren Hintergründe. Um Ihnen die Auswahl entsprechender BI-Lösungen zu erleichtern, bietet Ihnen MONITOR exklusiv vergünstigte Studien des deutschen Bussines Application Research Center (BARC) an.



DI Rüdiger Maier, Chefredakteur

„Während vor allem CRM- und SCM-Anbieter massive Umsatzeinbußen zu verzeichnen hatten, konnten bisher defizitäre Business-Intelligence-Anbieter wie MicroStrategy oder Informatica den Sprung in die Gewinnzone schaffen und etablierte Anbieter wie Cognos oder Hyperion Rekordergebnisse im letzten Quartal melden", analysiert Carsten Bange vom BARC , das Unternehmen neutrale und fundierte Unterstützung bei der Konzeption und Auswahl von Business-Intelligence-Systemen anbietet. Dabei baut man auf die seit 1994 publizierten Marktübersichten und Produktvergleiche entscheidungsunterstützender Informationssysteme des Lehrstuhls Wirtschaftsinformatik der Universität Würzburg. Kernkompetenz ist die Erstellung von vergleichenden Produktevaluationen (BARC-Studien), sowie die Unterstützung von Unternehmen bei der Auswahl von BI-Strategien und -Werkzeugen.

Da eine Vielzahl an Anbietern sich selbst in die Kategorie BI einordnen, herrscht auf Anwenderseite Verwirrung über Einsatzbereiche und Möglichkeiten entsprechender Systeme. Offensichtlich unterschiedliche Lösungsansätze und Technologien erfordern eine Definition und Abgrenzung des Marktes. Dabei kann die grundlegende Definition von BI als entscheidungsorientierte Sammlung, Aufbereitung und Darstellung geschäftsrelevanter Information helfen. Eine weitere Unterstützung liefert hier BARC, das in seinem Labor seit vielen Jahren Werkzeuge testet und bewertet. Exklusiv in Österreich gibt es nun diese Studien bei MONITOR zu einem Einführungsrabatt von 10%. Lesen Sie mehr dazu ab S. 22

Mit der Einführungsgeschichte zum „Thema" liefern Ilse und Rudi Wolf ihren Abschiedsbeitrag für den MONITOR. Nach dreieinhalb Jahren unermüdlicher Arbeit im Interesse unserer Leserinnen und Leser stellen sie sich nochmals einer neuen Herausforderung in der IT-Branche. Wir danken unseren „Wölfen" für die hervorragende Zusammenarbeit und wünschen Ihnen weiterhin viel Erfolg. Bei ihrer Recherche stießen sie auf die Herkunft des Begriffes „Business Intelligence", der 1993 von Gartner geprägt wurde und die Zugriffs- und Analysemöglichkeiten von Endanwendern auf im Unternehmen gespeicherte Daten und Informationen beschreibt. Der in der IT-Welt weitgehend akzeptierte Oberbegriff BI vereint die unterschiedlichsten Technologien und Applikationen. Sie reichen vom „klassischen" Data Warehousing bis zu unternehmensweiten Informationsmanagement-Anwendungen, vom Ad-hoc Query und Enterprise Reporting bis hin zu Data Mining oder Balanced Scorecard-Anwendungen unter Einbeziehung von Internet-Funktionalitäten. Lesen Sie den ganzen Text am Beginn unseres 18 Seiten umfassenden „Themas" ab S. 18.

Internet für Unternehmen

Im zweiten Teil ihrer Serie „Telekommunikations-Markt in Österreich für Businesskunden" beleuchtet MONITOR-Autorin Christine Wahlmüller die Internet-Provider-Szene. 76 Prozent aller österreichischer Unternehmen haben einen Internet-Zugang - vom Einwahlmodem bis zur Standleitung. Der Markt ist aber nach wie vor heiß umkämpft. Mehr als 600 Unternehmen (!) bieten Provider-Dienste an. Die großen „Fünf" Telekom Austria, UTA, Inode, Eunet und die AirCall-Gruppe (inkl. Nextra) bestimmen derzeit fast 50 Prozent des Marktes. Schwerpunkt-Thema 2003 der Provider ist „Breitband-Internet" für Klein- und Mittelbetriebe (KMU). Während Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern praktisch vollständig über einen Internet-Zugang verfügen, sind es in der Gruppe der Unternehmen mit 5-19 Mitarbeitern nur 87 Prozent, bei den Klein-Unternehmen rund 70 Prozent. Nur sechs Prozent der Unternehmen verfügen laut aktuellem Austrian Internet Monitor (AIM) Business (Stand Oktober 2002) über eine Standleitung, mit 46 Prozent ist ISDN die mit Abstand häufigste Art, sich das Internet im Unternehmen zunutze zu machen. Lesen Sie den umfassenden Bericht ab S. 43.

Rubrik „Strategien": e-Card

Schon im letzten Heft haben wir unsere Rubrik „e-World" in „Strategien" umgetauft. Während nämlich die e-Technologien in weite Bereiche der IT Einzug gehalten haben und sich damit eine eigene Rubrik erübrigt, wird heute wieder die Suche nach der richtigen Strategie bedeutsam. Da MONITOR schon immer die für Sie nutzbringende Mischung aus Technik- und Wirtschaftsberichterstattung anstrebte, wollen wir Ihnen in der neuen Rubrik Entwicklungen vorstellen, die auch für Ihr Unternehmen strategische Bedeutung in IT-Fragen erlangen können oder einen vertieften Einblick in komplexe Zusammenhänge erlauben. So hat sich etwa MONITOR-Autor Andreas Roesler-Schmidt diesmal das „Unendliche Kartenspiel" um die österreichische e-Card näher angesehen: „Was der Abbau der Krankenschein-Berge werden sollte, wird nun zum Aufbau der Gerichtsakten-Berge: Der Hauptverband der Sozialversicherungsträger kündigte den Vertrag mit EDS/ORGA und klagte das Konsortium." Damit ist mit der „e-Card" vor 2005 nicht mehr zu rechnen. Lesen Sie mehr dazu auf S. 35.

So serviert also das MONITOR-Team für Sie einmal mehr ein abwechslungsreiches und „informatives Frühlingsmenü" guten Appetit wünscht Ihnen Ihr

Inhalt

WIRTSCHAFT

6 IT in den Bundesländern: Kärnten
10 Mehrwert für den Kunden: Kärntner IT-Dienstleister addIT
11 Czech Telecom startet in Wien
12 UTA: Jahresergebnis 2002

LÖSUNGEN

13 Steirerobst hat Osteuropa mit mySAP All-in-One im Griff
14 Cadbury Schweppes/ SBB: Verzahnte Jobs entscheiden über den Erfolg
16 Automobilzulieferer mit proALPHA

THEMA: BUSINESS INTELLIGENCE

18 Mit Business Intelligence erfolgreich im Wettbewerb bestehen
22 Werkzeuge und Technologien für die Unternehmenssteuerung
23 OLAP und Business Intelligence
26 Wachstumsmarkt Business Intelligence - IDC-Analystin Christina Steensboe im Interview
28 Keine Intelligenz ohne Beratung - Interview mit Stefan Gurszky, Microsoft Business Solutions
29 Packerl für den Mittelstand - Interview mit Markus Weigl, SAP
29 CRM-Readiness-Assessment
30 ERP und/ oder CRM?
30 Business Intelligence Developer Kit
31 Intelligence Architecture
33 CRM bei der BEWAG
33 Browser-basierte BI-Komplettlösung
34 CRM Roadmap mit System

STRATEGIEN

35 Chronologie des e-Card-Projektes: Unendliches Kartenspiel
36 Microsoft Trading Partner Integration
37 Leistungsfähiges Information Retrieval System
37 Drahtloser Datenbankzugriff in Echtzeit

MULTIMEDIA

38 Messebericht von der Milia 03: Qualität statt Quantität?
39 NÖ Internet-Award
40 e-Rating Web-Shops: Frühjahrsputz und virtuelle Denkmäler

Unternehmensdaten müssen aufbereitet und a schaffen: Business Intelligence bietet dafür die

Lösung: Globale IT-Infrastruktur bei Cadbury Schweppes mit UC4 Job Scheduling Seite 14

Breitband-Zugang als Hoffnungsmarkt für KMUs Seite 46

Mai 2003

nalysiert werden, sollen sie Mehrwert
Werkzeuge und Technologien. ab Seite 18

IT in den Bundesländern -
3.Teil: Kärnten Seite 6

Job-Training: Alles über IT-Aus- und
Weiterbildung Seite 56

NETZ & TELEKOM

SPAM Verstehen und Kontrollieren (Teil 2) 41
Telekommunikationsmarkt in Österreich für Businesskunden, Teil 2: Breitband-Zugang als Hoffnungsmarkt für KMUs 43
Individuelle Internetlösungen für Unternehmen 48
Breitband Partnerschaft: Telekom Austria & Marktgemeinde Grafenwörth 49
Wireless Internet-Kamera: Alle im Blick 50
Stapelbare Speicherlösung 51

HARD & SOFTWARE

Test: Kleiner Scanner für große Familien 52

MARKTÜBERBLICK

Marktüberblick: Scanner 53
Mehr Effizienz durch automatische Rechnungserfassung 55

JOB-TRAINING

Wie Krieg den Alltag lehrt... 56
Branchentreffpunkt für Personalisten 57
Blended Learning - ja klar, aber wie? 58
FH-Standort Hagenberg: Zehn Jahre „Software-Engineering“ 59
Octocom: Energetisch & pointiert 60
„Spielend führen“ 61

20 Jahre Monitor – Das Magazin für Informationstechnologie

Microsoft wächst mit dem PC 62

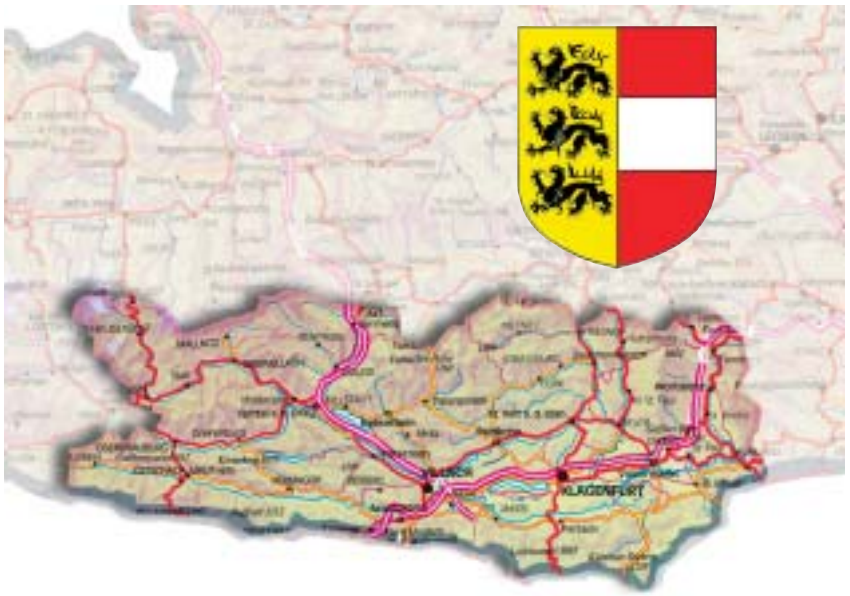
MONISKOP

Buchbesprechung 65

AUS DER REDAKTION

Editorial 3
Inserentenverzeichnis 66
Impressum 66

Bildung wird im südlichsten Bundesland Österreichs groß geschrieben. Ein hoher Ausbildungsgrad und gut ausgebildete Fachkräfte sollen dafür sorgen, dass Kärnten vor allem für High Tech-Unternehmen ein attraktiver Standort ist und bleibt. In Anlehnung an das amerikanische „Silicon Valley" hat sich das Land unter dem Label „Silicon Alps" den zukunftsträchtigen Branchen verschrieben. Mit der Hilfe und Unterstützung von zahlreichen Initiativen ist vor allem der Softwarebranche eine Entwicklung gelungen, die die Kärntner Wirtschaft positiv beeinflusst hat.



Christian Henner-Fehr

IT in den Bundesländern: Kärnten

Aber die derzeitig schlechte Verfassung der Weltwirtschaft und der Niedergang der IT-Industrie machen auch vor dem „Technologieland Kärnten" nicht halt. So findet die für Mai geplante „Silicon Alps", die IT-Fachmesse für den Alpen-Adria-Raum dieses Jahr nicht statt. „Die Rahmenbedingungen für eine solche Messe müssen optimal sein", so Christian Wallner, Presseverantwortlicher der Kärntner Messen. „Da die wirtschaftliche Lage eher ungünstig ist, haben wir uns dazu entschlossen, die Messe um ein Jahr zu verschieben."

Nicht nur die Messeleitung, auch die Politik hofft auf den baldigen Aufschwung und setzt in der Wirtschaftsförderung und -politik weiter auf Technologie und Innovation. Eines der Ziele ist es dabei, technologieorientierte Unternehmen in Kärnten anzusiedeln, um das Bundesland mit seinen mehr als 500.000 Einwohnern als eine der führenden Technologieregionen Europas zu positionieren. Unter dem Dach der Kärnten Technologie GmbH, deren größter Gesellschafter das Land selbst ist, entstanden in den letzten Jahren zahlreiche Initiativen und Programme, um hier die nötigen Impulse zu setzen. Eine dieser Initiativen ist Southern Information Technologies (SIT). Die GmbH versteht sich als Plattform für IT-Entwicklung und bildet die Brücke zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und dem öffentlichen Bereich. Das Ziel ist der Auf- und Ausbau des Wirtschaftszweigs Informationstechnologie in Kärnten. Als landesnahe Organisation bietet die Gesellschaft den Kärntner Unternehmen Dienst- und Serviceleistungen an. Eines ihrer Produkte ist die IT-Firmendatenbank, die neben der Auflistung der Kärntner Unternehmen auch verschiedene Reports zur Verfügung stellt. So lassen sich etwa Einzelunternehmer herausfiltern oder aber alle Anbieter im Bereich Geografische Informationssysteme zusammenstellen.

Die Zukunft von SIT scheint allerdings ungewiss. Nachdem die Kärnten Technologie als Muttergesellschaft derzeit einem Relaunch unterzogen wird und neben dem neuen Namen Entwicklungsagentur Kärnten auch neue zusätzliche Aufgaben übernehmen wird, ist aus verschiedenen Quellen zu hören, dass man sich von SIT trennen möchte. Spekuliert wird in diesem Zusammenhang darüber, ob SIT dem Lakeside Science & Technology Park zugeschlagen werden soll. Direkt am Wörthersee entsteht ein internationales Zentrum für Wissenschaft und Technologie, das regionalen und internationalen Technologie-Unternehmen als Standort dienen wird. 54 Mio. Euro beträgt das Investitionsvolumen dieses ehrgeizigen Projekts, das nicht nur rund 2000 Arbeitsplätze schaffen soll, sondern auf Grund der unmittelbaren Nähe zur Universität die Stadt Klagenfurt zu einem Zentrum für Forschung und Entwicklung werden lässt. Wenn alles gut geht, werden die ersten Firmen im Herbst 2004 einziehen können, darunter auch die Kapsch-Tochter TrafficCom AG, die sich zum Markführer im Bereich der vollelektronischen Mautsysteme entwickelt hat.

Nach der Vorstellung der Initiatoren des Lakeside Parks soll den Unternehmen in einem forschungs- und innovationsfreundlichen Umfeld die Möglichkeit geboten werden, nicht nur die unmittelbare Nähe der Universität zu nutzen, sondern auch Kooperationen mit anderen Firmen einzugehen, um so voneinander profitieren zu können.

Netzwerke sollen die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen stärken

Die Vernetzung der Unternehmen als wesentliches wirtschaftspolitisches Ziel findet sich schon im Entwicklungsleitbild Kärntens und hat in den letzten Jahren zur Bildung mehrerer Cluster geführt. Mit dem Software-Internet Cluster (SIC) und dem [micro]electronic cluster haben sich in den letzten Jahren auch zwei Netzwerke im IT-Bereich etablieren können und erfolgreiche Aufbauarbeit geleistet. Mit Sitz in Villach zählt der [micro]electronic cluster mittlerweile 80 Mitglieder.

Um die Gründungsmitglieder Infineon und SEZ haben sich nicht nur Firmen, sondern auch Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen wie etwa das landeseigene Forschungsinstitut Carinthian Tech Research gruppiert. Vor allem dank der Kernkompetenzen der Mitglieder soll der Cluster zu einem internationalen Kompetenzzentrum heranreifen und den Firmen neue Märkte erschließen helfen. Wie Unternehmen von der Teilnahme an

diesem Netzwerk profitieren können, zeigt das Projekt cont@ct.us, das im Rahmen des [micro]electronic cluster durchgeführt wird und Frauen durch verschiedene Ausbildungsmodule beim Wiedereinstieg in das Berufsleben unterstützt. Projektleiterin Ingrid Weichsler spricht von einem „wirtschaftlichen Sozialprojekt". „Wir ermöglichen mit diesem Projekt Frauen den Wiedereinstieg in das Arbeitsleben, in dem wir ihnen einen dauerhaften Arbeitplatz vermitteln und bieten gleichzeitig den Mitgliedern des Clusters als Projektträger kostengünstige Dienstleistungen in den Bereichen Office Management und Service Desk an." Das Ausbildungskonzept sieht vor, dass die sogenannten „agents" einen Tag pro Woche ausgebildet werden und vier Tage in einer Firma arbeiten. Dank des engen Kontakts zu den Firmen verläuft die Ausbildung praxisbezogen und orientiert sich an den Bedürfnissen sowohl der „agents" als auch der Unternehmen. „Ein Jahr lang können die agents bleiben", so Weichsler, „danach sollten sie im Idealfall von den Unternehmen übernommen werden." Das Projekt werde vom AMS, dem Land Kärnten und dem Europäischen Sozialfonds (ESF) unterstützt und biete maximal zehn Ausbildungsplätze, so Weichsler.

Auch die Wirtschaftskammer setzt in Kärnten auf Vernetzung und Kommunikation. „Mit der ARGE Informationsgesellschaft versuchen wir, die Unternehmen aus dem IT-Bereich, die in der Wirtschaftskammer in unterschiedlichen Sparten und Fachgruppen betreut werden, unter einem Dach zusammen zu bekommen", beschreibt Martin Zandonella als Vorsitzender das Hauptanliegen. Die ARGE umfasse etwa 70 bis 80 aktive Mitglieder, die in Kleingruppen arbeiten und zusammen Projekte entwickeln und auch umsetzen können, so Zandonella. So sei etwa die Ursprungsidee der Tourismusplattform www.kaernten.at in der ARGE entstanden, erinnert sich Zandonella.

Es gibt also eine Vielzahl an Strukturen, in die sich die Kärntner Unternehmen einklinken können. Damit der Nachwuchs nicht ausbleibt und die Selbständigenquote langfristig erhöht werden kann, wurde biz.plan@school ins Leben gerufen. In dem von der Kärntner Landesregierung und Kärnten Technologie gemeinsam initiierten Projekt soll Schülern die Möglichkeit geboten werden, unternehmerisches Denken und Handeln zu entwickeln, so Projektbetreuerin Barbara Rapatz. „40 Konzepte wurden in der ersten Stufe des Wettbewerbs eingereicht, von denen eine Jury 15 ausgewählt hat", berichtet Rapatz. Die 15 Projektteams sind nun dabei, einen Businessplan zu verfassen und ein Pilotprojekt zu entwickeln, um die Umsetzbarkeit ihrer Idee zu demonstrieren.

Dem Siegerteam winkt eine Reise nach Amerika zur Stanford University und mit etwas Glück auch die Chance, die Projektidee umsetzen zu können. Gut möglich, dass hier Erfolgsstorys ihren Ausgangspunkt nehmen, die dann auch dem Land Kärnten zugute kommen. ❑

Informationsquellen im Internet

www.ktn.gv.at	Amt der Kärntner Landesregierung
www.kaernten-technologie.at	Kärnten Technologie
www.kwf.at	Kärntner Wirtschaftsförderungsfonds
www.siliconalps.com	Betriebsansiedlung Kärnten/Silicon Alps
www.lakeside-scitec.com	Lakeside Science & Technology Park
www.sit.or.at	Southern Information Technologies (SIT)
www.sic.or.at	Software Internet Cluster (SIC)
www.me2c.org	[micro]electronic cluster
www.contact-us.at	Ein Projekt des [micro]electronic clusters
www.ctr.at	Carinthian Tech Research
www.ifi.uni-klu.ac.at	Uni Klagenfurt, Institute für Informatik
www.bizplan.at	Initiative Biz.plan
www.technologie-management.com	Technologie Management Villach (TMV)
www.wko.at	Wirtschaftskammer Österreich
www.kaerntnermessen.at	Kärntner Messen

elmeg Kommunikationstechnik

elmeg ICT880
mit Daten- und Systemapplikationen
Das 64-Port-Konzept für ITK-Profis!

Flexibler Ausbau bis 64 Ports:
- bis zu 16 digitale Amtskanäle
- bis zu 52 digitale Internkanäle
- bis zu 44 analoge Endgeräte
- bis zu 4 unabhängige TFE
- maximal 64 Ports in einem System
- vorbereitet für Modul S_{2M} (30 Amtskanäle)

modular INTEGRATION

Auch als Rack-Variante:
- optimale Systemintegration in 19"-Racks
- Patchfeld für strukturierte Verkabelung
- integrierter Ethernet-ISDN-Router (optional) mit:
  - Internet Access über DSL, Kabelmodem oder ISDN
  - IPSec-Filialkopplung und Firewall
  - TAPI und CAPI im LAN

Systemkomponenten/Teamlösungen
- elmeg DECT300
- elmeg CS290
- elmeg CS3x0

Info-Telefon: 06 62 - 66 48 48 48
oder 01 - 70 64 700
http://www.elmeg.de
E-mail: info@elmeg.de

„IT- und Softwarebranche zählen zu den Leitindustrien“

Im Rahmen der Serie „IT in den Bundesländern“ erläutert Landeshauptmann Dr. Jörg Haider gegenüber dem Monitor den Stellenwert der IT-Wirtschaft und der Software-Industrie in Kärnten.

Durch die zahlreichen Rückschläge in den letzten Monaten hat das Renommee der IT-Branche zwar etwas gelitten, trotzdem gilt die Branche als äußerst zukunftsträchtig. Welche Bedeutung hat diese Branche für Ihr Bundesland?

Die IT und Softwarebranche besitzt in Kärnten einen sehr großen Stellenwert. Dieser zukunftsträchtige Bereich stellt eine der Leitindustrien des Landes dar. Den derzeitigen konjunkturbedingten Schwierigkeiten werden ohne Zweifel bald wieder starke Wachstumsphasen folgen.

Wir können stolz darauf sein, in unserem Bundesland nicht nur über Know-how-trächtige IT-Dienstleister und Produktionsbetriebe zu verfügen, sondern auch über entsprechende Ausbildungsstätten. Denn die Universität Klagenfurt bietet einen Informatikschwerpunkt mit hervorragendem Ruf, die Fachhochschule Technikum Kärnten wartet mit speziellen Schwerpunkten in Medizinischer Informationstechnologie, Geoinformatik und Telematik auf. Diese Ausbildungsstätten stehen in Verbindung mit dem auf Initiative des Landes gegründeten Software-Internetcluster bzw. den ca. 380 in Kärnten ansässigen IT-Firmen, wirken sehr häufig bei F&E Projekten mit und bieten so eine ideale Verbindung von Wissenschaft und Wirtschaft, Ausbildung und Praxis.

Was hat das Land Kärnten in den letzten Jahren getan, um für IT-Unternehmen günstige Rahmenbedingungen zu schaffen?

Ein wesentlicher Schwerpunkt unserer Standortentwicklung nicht nur in diesem Bereich ist der Faktor Bildung. Im weltweiten Wettbewerb der Standorte werden vor allem die Regionen im Vordergrund stehen, die über gut ausgebildete Arbeitskräfte verfügen. Dies wird auch in einer sich erweiternden Europäischen Union von großer Wichtigkeit sein. Deshalb investiert das Land Kärnten laufend in den Faktor Bildung und verfügt inzwischen über optimale Ausbildungsstätten gerade im IT-Bereich an der Universität Klagenfurt mit dem Studien Informatik, Lehramt Informatik, Informatik Management. Gleichzeitig bietet die Fachhochschule Technikum Kärnten die schon erwähnten besonderen Schwerpunkte.

Ein spezieller IT-Ausbildungsplan für die Kärntner Schulen bildet die Grundlage der IT-Bildungsoffensive. Kärnten hat 45 IT-Klassen in den höherbildenden Schulen, zusätzlich soll mit nächstem Schuljahr eine IT-HTL errichtet werden. Als sinnvolle Ergänzung haben wir IT-Qualifizierungsprogramme für Lehrer initiiert, die ein voller Erfolg waren und weitergeführt werden.

Mit dem Technologiefonds hat das Land Kärnten eine Milliarde Schilling zur Unterstützung von Technologie-, Kooperations- und Forschungsprojekten zur Verfügung gestellt. Unser Referenzprojekt für den IT-Bereich ist der Lakeside Science & Technology Park, in dem Forschung, Bildung und Wirtschaft einzigartig direkt bei der Uni vereint werden. 2.000 Arbeitsplätze werden hier im im Vollausbau entstehen.

Betreiben Sie eine aktive Ansiedelungspolitik, um IT-Unternehmen in Ihr Bundesland zu holen?

Die Betriebsansiedlung der Kärnten Technologie GmbH hat den Schwerpunkt auf High-Tech und Innovationen gelegt. Dieses Segment umfasst auch verstärkt IT-Unternehmen, denen der attraktive Wirtschaftsstandort Kärnten nahe gebracht wird. Wie schon dargestellt verfügt das Land Kärnten über sehr attraktive Rahmenbedingungen, die ein wichtiges Argument für die Standortentscheidung von Unternehmen darstellen. Gerade durch die Kombination der Vorteile Kärntens - Netzwerkbildung, Ausbildungsoffensiven, Verfügbarkeit von Fachkräften, Lebensqualität, optimale Unterstützung in der Ansiedlungsphase durch die Kärnten Technologie GmbH - bietet Kärnten ein hochinteressantes Standortargument.

Welche Voraussetzungen finden Unternehmensgründer vor und in welcher Weise können Sie als Landesregierung hier Hilfestellung leisten?

Das Land Kärnten bietet Unternehmern eine Vielzahl von Unterstützungsmöglichkeiten. Mit dem Lakeside Science & Technology Park wird für IT-Unternehmen in Kärnten ein besonders attraktives Umfeld geschaffen. Zusätzlich bietet der Kärntner Wirtschaftsförderungsfonds Unterstützungen etwa bei Gründungen sowie F&E und Kooperationsprojekten an.

Des weiteren bietet bereits in der Planungsphase der Unternehmensgründung der Bizplan-Wettbewerb eine intensive Betreuung. Hier erhalten zukünftige Firmeninhaber das notwendige Know-how um ihren Betrieb erfolgreich aufbauen und aussichtsreich am Markt positionieren zu können. Ein ebenso ausschlaggebender Vorteil ist die Bildungsinfrastruktur Kärntens. Die ständige Aus- und Weiterbildung im IT-Bereich stellt eine solide Grundlage für das Vorantreiben von innovativen Projekten und Ideen dar. Weiters unterstützt ein Qualifizierungsspezialist im Team der Kärnten Technologie GmbH den Unternehmer bei der Auswahl der optimalen Ausbildungsmaßnahmen für seine Mitarbeiter und erarbeitet gemeinsam mit den entsprechenden Institutionen maßgeschneiderte Bildungsangebote.

„Ein wesentlicher Schwerpunkt unserer Standortentwicklung nicht nur im IT-Bereich ist der Faktor Bildung. Im weltweiten Wettbewerb der Standorte werden vor allem die Regionen im Vordergrund stehen, die über gut ausgebildete Arbeitskräfte verfügen.“ - Dr. **Jörg Haider**, Landeshauptmann von Kärnten

Welche Entwicklung wünschen Sie sich in den nächsten 10 Jahren für den IT-Standort Kärnten beziehungsweise für die IT-Unternehmen in Ihrem Bundesland?

Es ist maßgeblich, dass die derzeit eingeschlagene Richtung in Kärnten beibehalten wird. Die Forcierung der Ausbildungsmaßnahmen ist dabei prioritär zu sehen.

Mit den erwähnten IT-Klassen in den Schulen, durch die Schaffung überbetrieblicher Lehrwerkstätten für die Berufsfelder IT-Technik, Informatik, mit der Installierung von entsprechenden Fachhochschul- und Universitätslehrgängen und der Errichtung von IT-Camps und Colleges wird die Anzahl der Fachkräfte im IT-Sektor permanent erhöht. Diese Entwicklung soll in den nächsten zehn Jahren noch ausgebaut werden, um die Attraktivität des Wirtschaftsstandortes Kärnten zu erhöhen.

Die gute Entwicklung, die Kärnten im IT-Bereich nimmt, zeigen auch zwei internationale Vergleichsstudien: Nach einer Auswertung der EU-Kommission (European Innovation Scoreboard 2002) liegt Kärnten auf Platz 23 unter 148 EU-Regionen auf der Skala der „local European innovation leaders“. Kärnten liegt damit knapp hinter Wien weit vor allen anderen Bundesländern.

Erst kürzlich hat EU-Regionalkommissar Michael Barnier eine Studie über die Strukturfondsgelder, die zur Weiterentwicklung von „e-Europe“ beitragen, veröffentlicht. Nach dieser Untersuchung liegt Kärnten bei Aktionen zur Förderung der Informationstechnologien österreichweit an zweiter Stelle. Pro Einwohner werden 57,3 Euro zur Weiterentwicklung der Informationsgesellschaft aufgewendet, andere Bundesländer, insgesamt wurden sieben in der Studie berücksichtigt, folgen mit teilweise großen Abständen. Diese Zahlen zeigen die bisherige erfolgreiche Entwicklung Kärntens - diesen zukunftsweisenden Weg werden wir auch weiter gehen. ❑

Fantasie.

DIE BUSINESS ZEITMASCHINE. Das ist Ihre große Chance, die führende Position Ihres Unternehmens beizubehalten. Per Knopfdruck versetzen Sie sich in die Vergangenheit, um Fehlentscheidungen und uneffiziente technologische Investitionen ungeschehen zu machen. Oder Sie reisen in die Zukunft um herauszufinden, was Ihre Kunden künftig benötigen werden, noch bevor sie es selbst wissen. Eine ganz neue Art Ihr Unternehmen zu führen. Aber leider, die Zeitmaschine gibt es nicht.

Realität.

E-BUSINESS ON DEMAND. Im *on demand* Zeitalter werden Sie neue Ideen und Technologien benötigen. Dabei bieten Ihnen die Experten von IBM Business Consulting Services optimale Orientierungshilfen. Darüber hinaus steht Ihnen mit IBM neueste Spitzen-Technologie zur Verfügung – selbstoptimierend, selbstheilend und leicht zu integrieren. Kurz: IBM hilft Unternehmen jeder Art und Größe, in der *on demand* Welt erfolgreich zu bestehen. Mehr dazu unter **ibm.com**/e-business/at/ondemand.

WILLKOMMEN IM ON DEMAND ZEITALTER.

e business on demand | IBM

THINK.
75 JAHRE IBM ÖSTERREICH

IBM, das e-Logo und e-business on demand sind entweder eingetragene Warenzeichen oder Warenzeichen der International Business Machines Corporation in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. Andere Unternehmens-, Produkt- und Dienstleistungsnamen können Warenzeichen oder Dienstleistungszeichen von anderen sein. © 2003 IBM Corporation. Alle Rechte vorbehalten.

addIT hat sich zum führenden IT-Dienstleistungsunternehmen in Kärnten entwickelt.

Geschäftsführung Wolfgang Modritz und Alois Süssenbacher: Stärke liegt in der lokalen Betreuung und langfristigen Partnerschaft zu den Kunden.

Mehrwert für den Kunden

Aus der Idee, den Kunden vor Ort zu betreuen und dadurch Mehrwert für den Kunden zu schaffen und langfristige Partnerschaften aufzubauen, entstand vor drei Jahren die Firma addIT.

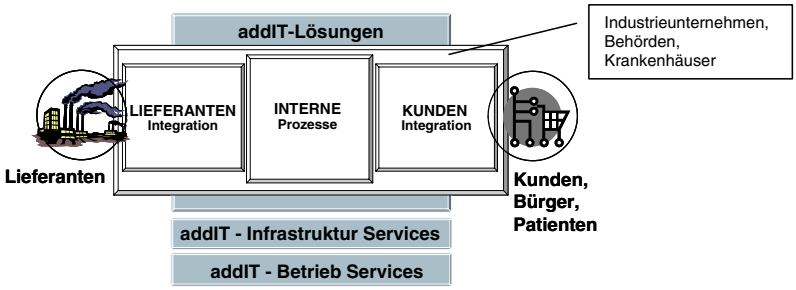
Als Teil der Siemens Gruppe hat sich addIT zu einem führenden IT-Dienstleister und gleichzeitig zu einem Competence Center des Siemens Konzerns entwickelt dessen Know-how regional, national und international gefragt ist. Heute beschäftigt addIT in ihren beiden Geschäftsstellen in Klagenfurt und Villach über 80 hochqualifizierte Mitarbeiter.

Im Gegensatz zu globalen Dienstleistern sieht Wolfgang Modritz, Geschäftsführer von addIT, die Stärke seines Unternehmens in der lokalen Betreuung der Kunden. Nur so lässt sich laut Modritz eine langfristige Kundenbeziehung aufbauen und zu einer echten Partnerschaft weiterentwickeln. Gleichzeitig kann addIT zum Nutzen der Kunden auf Ressourcen wie auch Know-how des gesamten Siemens-Konzerns zurückgreifen.

Den Kunden verstehen

addIT weist umfangreiche Erfahrung in den drei Geschäftsfeldern Industrie & Mittelstand, Öffentlicher Bereich und Gesundheitswesen auf. Die Mitarbeiter von addIT beschäftigen sich seit Jahren mit den Abläufen und Prozessen in diesen drei Geschäftsfeldern und verstehen somit das Geschäft der Kunden.

Dieses Verständnis ist laut Alois Süssenbacher, Geschäftsführer von addIT, die Basis dafür, die Kunden mit Lösungen und Services bei der Optimierung von Prozessen und Abläufen zu unterstützen. Die Kompetenz von addIT reicht dabei von der ersten Analyse und Beratung beim Kunden über die Implementierung bis zum Betrieb der Lösungen. Durch diese durchgängige Betreuung erhalten die Kunden größtmöglichen Nutzen. Und so entstehen langfristige Partnerschaften.



addIT bietet Lösungen für die gesamte Wertschöpfungskette der Kunden. Unterstützt durch Infrastruktur Services und Betreiberdienste.

Beste Referenzen

So führte addIT bei Frantschach Pulp & Paper eine Business Intelligence Lösung ein, die die Transparenz der Produktionsabläufe ermöglicht. Die Kelag realisierte gemeinsam mit addIT eine Data-Warehouse-Lösung und stellte das Abrechnungs- und Kundeninformationsprogramm auf die Branchenlösung SAP IS-U um, um den neuen Anforderungen des liberalisierten Energiemarkts optimal entsprechen zu können. Auch führte addIT mit Kelag eine CRM-Lösung ein, die es den Kelag-Kunden ermöglicht über Internet den aktuellen Rechnungsstand abzurufen oder den Zählerstand einzugeben. Die Daten werden dann direkt in die Systeme der Kelag übernommen und dort weiterverarbeitet.

Bei HAT Skinline ermöglichte addIT Prozessoptimierungen durch die Integration aller Unternehmensbereiche in der ERP Lösung Microsoft Business Solutions Navision. Bei Chemson führt addIT die internationale Implementierung von SAP durch und legt so den Grundstein für eine konzern- und damit weltweit einheitliche IT-Unterstützung.

Auch in der KABEG, der Krankenanstalten Betriebsgesellschaft Kärnten, ermöglicht addIT Standardisierung und Vereinheitlichung der Systeme in allen Krankenanstalten dieses Verbunds: durch die Einführung eines neuen einheitlichen Konzernrechnungswesens.

Und in der Kärntner Landesregierung realisiert addIT auf Basis eines Workflow- und Dokumentenmanagementsystems das einheitliche Basissystem für die öffentliche Verwaltung („BÖV"), das einen wesentlichen Beitrag zum e-Government leistet. Je nach Bedarf wird von addIT also eine spezifische Lösung erarbeitet oder auch der ganze Betrieb der IT übernommen. So betreibt addIT beispielsweise in einem in diesem Ausmaß österreichweit einzigartigen Outsourcing-Modell die EDV der Kärntner Landesregierung. Ein Projekt, das wesentlich zur erfolgreichen Umsetzung der Verwaltungsreform in Kärnten beiträgt. Auch die addIT-Kunden Micronas und Carinthia Tech Research (CTR) haben den Betrieb ihrer IT in das addIT Rechenzentrum im Technologiepark Villach ausgelagert. Dies ermöglicht eine flexible Nutzung von Leistungen und Ressourcen. Der addIT Service Desk vervollständigt die angebotenen Leistungen und ermöglicht eine weitere Produktivitätssteigerung der IT-Unterstützung.

addIT Dienstleistungen GmbH & Co KG
Schaußgasse 7 - 9020 Klagenfurt
Tel:0463/320 380-0
E-Mail:office@addIT.at, www.addIT.at

Czech Telecom startet in Wien bei Interxion

Die Telekomlizenz wurde bereits im Februar erworben, Anfang April hat die Tschechische Telecom ihren Marktstart in Österreich bekannt gegeben, mit der „Czech Telecom Austria" eine eigene Tochtergesellschaft gegründet und einen eigenen PoP im Data Center von Interxion in Betrieb genommen.

Christine Wahlmüller

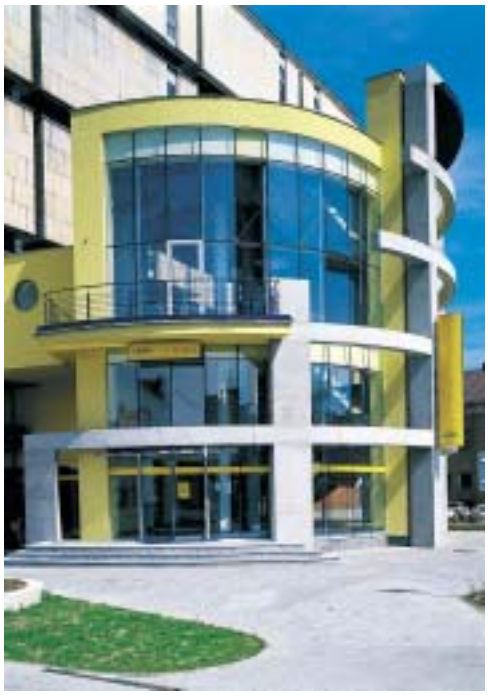
Wieder kommt ein ausländischer Telekom-Betreiber nach Österreich. Diesmal allerdings erstmals aus dem Osten, wo er marktbeherrschend ist. Die an der Börse notierte Cesky Telecom (www.ct.cz) ist mit 4 Millionen Telefonleitungen die führende Telekom-Gesellschaft in Tschechien, zum Unternehmen gehört zu 51 Prozent auch der tschechische Mobilfunkbetreiber Eurotel Praha. 51 Prozent der Cesky Telecom selbst sind nach wie vor in staatlichem Besitz, hier soll es aber in nächster Zeit einen Verkauf bzw. Verschiebungen der Eigentumsverhältnisse geben.

Neben dem „hauseigenen" tschechischen Netzwerk hat sich die Cesky Telecom mittlerweile auch die Umländer mit Infrastruktur und eigenen PoPs in Pressburg, Frankfurt und jetzt auch Wien erschlossen, noch heuer werden Warschau und Budapest dazu kommen. Die Entscheidung für Wien „war die logische Reaktion auf die momentanen Bedürfnisse tschechischer sowie ausländischer Kunden", meinte Pavel Jirousek, Executive Vice President für Wholesales Services bei Cesky Telecom, beim Launch in Wien. „Cesky Telecom hat den Eintritt in die neuen Märkte mit der bevorstehenden EU-Erweiterung und der zunehmenden Liberalisierung der Telekommärkte in den Kandidatenländern Zentraleuropas zeitlich abgestimmt."

Das Angebot der Tschechen ...

Der Standort Wien beziehungsweise die künftigen österreichischen Kunden werden vorerst von einem Key Account Manager betreut, der zwischen Wien und Prag pendeln wird. Die tschechische Wholesalegroup - sie umfasst 100 Mitarbeiter von insgesamt 12.000 Cesky Telecom Mitarbeitern - will damit vier große Zielgruppen ansprechen: heimische und internationale Telekom-Betreiber, Mobilfunkbetreiber, ISPs und Content Provider sowie Großunternehmen mit einem hohen Bedarf an internationalen Voice und Data Services.

Angeboten werden im wesentlichen folgende Services: Data-Services wie Standleitungen, Ethernet, Frame Relay und ATM, zweitens IP-Transit Services bzw. IP Connectivity bei den Pops sowie drittens Voice-Services (internationale Verbindungen, Voice over IP). Die Telekom Austria wurde bei der Präsentation als erster (und einziger bisheriger) Partner genannt, „wir rechnen aber damit, bald einige österreichische Partner und Kunden zu gewinnen", gab sich Jirousek optimistisch. Wie viele man bis Jahresende gewinnen wolle, dazu machte er keine Angaben.



Headquarter der Czech Telecom in Prag

... und ihre Marktchancen

Österreichische Betreiber wie die Telekom Austria und UTA verfügen allerdings auch über eigene PoPs in Prag, der Markt wird demnach für die Tschechen nicht einfach sein, was österreichische Kunden betrifft - außer es wird ein attraktiver Preis geboten.

Jirousek verwies allerdings auf den Bonus, den man gegenüber tschechischen und osteuropäischen Unternehmen habe. „Wir haben da nicht nur Erfahrung, sondern genießen auch das Vertrauen der Unternehmen" Insgesamt wolle man sich als interessanter Betreiber und Alternative in Mittel- und Osteuropa positionieren.

Bei Interxion freut man sich jedenfalls über den neuen Kunden. Das Data Center in Wien-Floridsdorf ist nach wie vor keineswegs ausgelastet, die Mannschaft wurde von 14 auf 8 Mitarbeitern nahezu halbiert, für das laufende Jahr ist Anthony Foy, Group Managing Director von Interxion, jedoch optimistisch. Seit Jänner konnten in Wien 15 neue Kunden gewonnen werden. Ziel sei es, diese Rate fortzusetzen. Das niederländische Unternehmen zählt europaweit derzeit 200 Mitarbeiter und bezeichnet sich selbst als führender Anbieter Carrier-unabhängiger Datenzentren und Managed Services. ❑

Mit ScoutMaster®
unternehmensweit
Wissen erschließen nutzen kapitalisieren

ScoutMaster Corporate für Real-world Wissensmanagement

- Präziseste Recherche
- Umfassende linguistische Methodik
- Zielgenaue Kontextanalyse
- Als Applikation oder IRS-Tool

Rufen Sie Ihre ScoutMaster® Demoversion bei info@scoutmaster.de ab!

Scout Research Systems GmbH
www.scoutmaster.de

UTA: Jahresergebnis 2002

UTA zieht für das Geschäftsjahr 2002 eine positive Bilanz und meldet rund 13% Wachstum im Endkundengeschäft und Marktanteilsgewinne

Wieder ein Stückchen weiter auf dem Weg zu nachhaltiger Profitabilität: DI **Romed Karre** (li.), Mag. **Johannes Schwertner**, Vostände UTA Telekom AG

Ein kumuliert positives EBITDA im zweiten Halbjahr führte, so das Unternehmen, zu einer signifikanten Ergebnisverbesserung um 83% (in Summe 52 Mio. Euro) auf minus 10,7 Mio. Euro im Vergleich zum Vorjahr. Gleichzeitig wuchs der Umsatz um 5,7% auf 248,2 Mio. Euro, wobei das Endkundengeschäft mit rund 13% weiterhin eine zweistellige Wachstumsrate aufwies und bereits 74% des Gesamtumsatzes beisteuerte. Im laufenden Geschäftsjahr soll das profitable Wachstum fortgesetzt und neben einem positiven EBITDA im Gesamtjahr auch der Cashflow-Breakeven erreicht werden.

„Profitables Wachstum und eine signifikante Ergebnisverbesserung waren unsere Hauptziele im abgelaufenen Jahr. Mit dem vorliegenden Jahresergebnis haben wir diese Ziele erreicht, wobei der plangemäße operative Turnaround im Juli letzten Jahres und das daraus resultierende kumuliert positive EBITDA im zweiten Halbjahr einen Meilenstein auf unserem Weg zu nachhaltiger Profitabilität darstellen", kommentiert Mag. Johannes Schwertner, Vorstand der UTA Telekom AG, das Ergebnis.

„Im laufenden Geschäftsjahr werden wir diesen Weg konsequent fortsetzen und neben einem positiven EBITDA auch den Cash-flow-Breakeven erreichen. Gleichzeitig wollen wir unsere Position am Markt als der mit Abstand größte neue Festnetz- und Internetanbieter in Österreich weiter ausbauen", skizziert DI Romed Karre, Vorstand der UTA Telekom AG, die Pläne für das laufende Jahr.

Wachstumspotenzial ortet Karre insbesondere im KMU-Bereich, in dem das Unternehmen mit der österreichweiten Entbündelung über einen USP am alternativen Markt verfügt und natürlich im Privatkundengeschäft.

Die gesamten Umsatzerlöse beliefen sich 2002 auf 248,2 Mio. Euro; dies entspricht einer Steigerung von 5,7% im Vergleich zum Vorjahr (234,8 Mio. Euro). Während das Endkundengeschäft (Geschäfts- und Privatkunden) mit 12,6% weiter eine zweistellige Wachstumsrate aufwies, musste im Carrier-Geschäft aufgrund anhaltenden Preisverfalls und zahlreicher Insolvenzen auf Kundenseite ein Umsatzverlust von 3% hingenommen werden.

Die Auflassung einiger Geschäftsfelder im Zuge der firmenrechtlichen Verschmelzung von netway mit UTA sowie die anhaltend schwache Performance des eBusiness-Marktes führt in diesem extra ausgewiesenen Geschäftsfeld zu Umsatzeinbußen in der Höhe von 26%.

Bei den Marktanteilen konnte UTA weitere Zugewinne verbuchen. So wuchs das Volumen der von UTA transportierten Verkehrsminuten (Telefonie und Internet) im Vergleich zum Vorjahr um 25% auf 3,2 Milliarden Minuten an. Damit erhöhte UTA ihren Anteil am Gesamtmarkt auf Minutenbasis um mehr als 4% auf nunmehr 17,5%. ❑

S&T übernimmt Niederlassungen von Fujitsu Services in CEE-Staaten

S&T System Integration & Technology Distribution AG übernimmt die Fujitsu Services Niederlassungen in sieben zentral-, ost- und südosteuropäischen Staaten.

Die Standorte in Griechenland, Malta, Polen, Rumänien, Slowakei, der Tschechischen Republik und Ungarn werden in die S&T AG eingegliedert. Gleichzeitig wurde vertraglich vereinbart, dass bestehenden Fujitsu-Kunden weiterhin IT-Dienstleistungen auf höchstem Niveau garantiert werden.

Die Akquisition von Fujitsu Services ist die größte in der Geschichte des Unternehmens und wird die Marktpräsenz in wesentlichen Kernmärkten Zentral- und Osteuropas deutlich steigern. Darüber hinaus ist S&T mit der Übernahme nun auch mit Niederlassungen in Griechenland und Malta vertreten. Mehr als 300 Mitarbeiter werden in den nächsten Monaten in den Konzern eingegliedert, das Management erwartet für das laufende Geschäftsjahr ein Umsatzplus von rund 30 Mio. Euro. ❑

http://www.snt.at

Karriere

Wolfgang Palfy, 45, ist neuer Leiter Philips Consumer Electronics in Österreich. Er löst damit Hans Slond, 55, ab, der nun mit der Leitung des Philips GSM-Handy-Geschäftes für die DACH-Märkte eine internationale Aufgabe übernimmt. Palfy gilt als international erfahrener Marketing-Profi für elektronische Konsumentenprodukte und war zuletzt in Wien als Sagem-Marketingleiter für Faxgeräte am europäischen Markt tätig.

Ute Krotscheck, 43, hat die Marketingleitung bei Inode übernommen und ist damit für die werbestrategische Führung des österreichischen Internetproviders verantwortlich. Krotscheck ist seit mehr als 16 Jahren in der Software-Branche tätig und konnte während dieser Zeit bei Unternehmen wie Microsoft, Improx oder hybris umfassende Erfahrung in den Bereichen Marketing und indirekter Vertrieb sammeln.

Mag. Herbert Brauneis, 41, übernimmt bei Plaut Austria die Verantwortung für das Competence Center „CRM & eBusiness". Als Mitglied der Geschäftsleitung wird Brauneis auch weiterhin seine bisherige Funktion als Leiter Marketing und Kommunikation wahrnehmen. Der bisherige Leiter des Competence Center „CRM & eBusiness" Richard König verlässt das Unternehmen.

Mag. Peter Tinnacher, 34, wurde zum neuen Geschäftsführer von proALPHA Österreich ernannt. Tinnacher hatte beim ERP-Spezialisten proALPHA zuletzt die Funktion des Verkaufs- und Marketingleiters inne.

Walter Dopplmair, 33, ist neuer Niederlassungsleiter Autodesk Österreich. Dopplmair tritt damit die Nachfolge von Christian Schadenhofer an, der ab sofort für die Betreuung des MCAD Großkundenbereichs DACH (Deutschland, Österreich, Schweiz) verantwortlich ist. Als neuer Niederlassungsleiter Österreich sieht Walter Dopplmair seine Hauptaufgabe im Festigen und Ausbauen der Stellung von Autodesk Inventor am österreichischen 3D CAD Markt.

Durch starkes Wachstum in Osteuropa benötigte Steirerobst ein neues ERP-System. Mehrsprachigkeit, lokaler Support und Schnittstellen zu vorhandenen Systemen waren unabdingbar.

Steirerobst hat Osteuropa mit mySAP All-in-One im Griff

Das 1958 gegründete Unternehmen Steirerobst ist Spezialist für die Herstellung von Fruchtzubereitungen und Fruchtsaftkonzentraten. In der Zentrale im steirischen Gleisdorf beschäftigt das Unternehmen 255 Mitarbeiter und erzielt einen Umsatz von circa 90 Millionen Euro. Mit den Konzentraten werden Fruchtsafthersteller beliefert, Molkereiunternehmen beziehen Fruchtzubereitungen zur Herstellung von Joghurtprodukten.

Die beiden Bereiche des Unternehmens haben völlig unterschiedliche Prozesse. Dementsprechend umfangreich war auch die Implementierung des ERP-Systems. „Wir gingen phasenweise vor", erläutert Alfred Hofmann vom Unternehmensberater Plaut. Der Bereich Konzentratherstellung läuft bereits vollständig auf SAP Software. In der Fruchtzubereitungssparte läuft in der Produktion noch das Altsystem, Buchhaltung, Controlling, Vertrieb und Materialwirtschaft sind jedoch schon auf SAP umgestellt. „Für die notwendigen Schnittstellen kommt der SAP Business Connector zum Einsatz", sagt Hofmann. Diese Schnittstellen sollen später eventuell auch für die Kommunikation nach außen zu Verfügung stehen.

Bisher war bei Steirerobst eine Eigenentwicklung auf einer AS/400 im Einsatz. „Wir sind in Osteuropa mit neuen Werken und Produktionsstandorten stark gewachsen", erzählt IT-Leiter Christian Stuppan. „Unsere Software war dafür nicht mehr ausgelegt. Anforderungen wie die Mehrsprachigkeit oder kyrillische Schrift hätten wir nicht erfüllen können." Alfred Hofmann ergänzt: „Es galt auch die EU-Verordnung über die Rückverfolgbarkeit zu verwirklichen. Das fordern im Lebensmittelbereich auch die Kunden." Als Implementierer entschied man sich für Plaut, die wie Steirerobst stark in Osteuropa vertreten ist und mit Plaut Works im Rahmen von mySAP All-in-One Lösungen speziell für den Mittelstand anbietet. „Für SAP entschieden wir uns, weil es in vielen Ländern als Buchhaltung zugelassen ist und in vielen Sprachen verfügbar ist. Gerade im russischen und ukrainischen Raum, wo wir sehr stark vertreten sind, spielt das für eine große Rolle", sagt Stuppan. „Andere Hersteller hatten dort weder die Betreuung noch entsprechend lokalisierte Versionen. Zu unserer Überraschung waren dann auch noch die Lizenzkosten im Vergleich niedriger."

Die AS/400 wurde aufgegeben: „Da die Auslandstöchter auf unser zentrales SAP-System zugreifen, benötigten wir höhere Verfügbarkeit", sagt Stuppan. Jetzt kommt eine auf zwei Rechenzentren verteilte Hochverfügbarkeitslösung von HP/Compaq mit einem Windows 2000 Server Cluster zum Einsatz. Seit Juli 2002 laufen in der Konzentratsparte die Module Anlagenbuchhaltung, Finanzbuchhaltung, Controlling, Ergebnisrechnung, Materialwirtschaft, Vertrieb und Qualitätsmanagement. Seit Jänner laufen Buchhaltung und Controlling der polnischen Niederlassung ebenfalls unter SAP. „Sie greifen durch einen VPN-Tunnel über das Internet zu. Natürlich haben sie dabei die komplette Oberfläche in polnischer Sprache", beschreibt Stuppan die Anbindung des Tochterunternehmens. „Das Template geben wir in der Zentrale vor. Wir wollen nur dort, wo es gesetzlich notwendig ist, länderspezifische Extras aufnehmen." Besonders wichtig ist für Steirerobst dabei, in der Zentrale alle Informationen aus den Filialen zu Verfügung zu haben. „Nachdem wir in vielen Ländern aktiv sind müssen wir Konzernbilanzen legen. Wenn jede Tochter ein eigenes Paket hat, ist es schwer die Daten zu konsolidieren", erklärt Stuppan. „Sinn und Zweck ist ein zentrales System", ergänzt Hofmann. „80 Prozent der Prozesse sollen allgemein abgehandelt werden, 20 Prozent länderspezifisch." Die einzelnen Länder werden als Buchungskreise im SAP System geführt, also als eigenständig bilanzierende Einheiten.

„Für die notwendigen Schnittstellen kommt der SAP Business Connector zum Einsatz" - **Alfred Hofmann** vom Unternehmensberater Plaut.

Steirerobst hat Lizenzen für 90 Anwender erworben. 60 User arbeiten bereits im System, acht weitere in der polnischen Niederlassung. „Mit der zweiten Roll-Out-Stufe wird sich die Userzahl noch erhöhen", weiß Stuppan. Dann kommen schließlich weitere Niederlassungen sowie die gesamte Fruchtzubereitungssparte hinzu. ❑

Verzahnte Jobs entscheiden über Geschäfts-Erfolg

Bei Cadbury Schweppes basiert die neue globale IT-Infrastruktur auf UC4 Job Scheduling

Stephan H. Gursky

Cadbury Schweppes ist weltweit für Softdrinks und Süßigkeiten bekannt. Allein die Getränkeschiene macht das Unternehmen zur Nummer 3 in mehr als 170 Ländern. Die Produktvielfalt und die weite Verbreitung setzen massive IT-Power voraus, denn ohne diese, wären die Geschäfte nicht zu managen. Die gewachsene, sehr heterogene und verzweigte IT-Landschaft hatte sich jedoch im Laufe der Jahre zu einem nur aufwändig zu steuernden Konglomerat aus Hard- und Software entwickelt. Mit Hilfe von PriceWaterhouse Coopers in Großbritannien wurde das Projekt „*Probe*" aufgesetzt, das die stärkere Zentralisierung, ein vereinfachtes Management und damit eine erhöhte Leistungsfähigkeit der IT zum Ziel hatte. Wegen der Vielzahl der Aufgaben und der zeitzonenübergreifenden Konsolidierung kam dem Job Scheduler UC4 von SBB eine entscheidende Rolle bei der Restrukturierung zu.

Jeder kennt zumindest eine repräsentative Auswahl der Produkte von Cadbury Schweppes. Das liegt natürlich zum Einen an deren Qualitäten, aber beruht zum Anderen auch auf der weltweiten Verfügbarkeit. Allein in 40 Nationen produziert das Unternehmen seine Waren und vertreibt sie in mehr als 170 Ländern. Für einen anhaltenden Geschäftserfolg - Umsatz in 2001: Euro 8 Milliarden - sind rund 38.000 Mitarbeiter im Dienste der Marken tätig. Was dabei jedoch nicht auf Anhieb erkennbar wird, ist die Tatsache, dass in der Vergangenheit 54 Rechenzentren mit 27 voneinander unabhängigen SAP-Systemen arbeiteten. Diese Zahlen lassen jedoch ahnen, dass der Betrieb einer solchen Installation nicht unproblematisch war.

Projekt „Probe" - Ziel: Prozess-Globalisierung

Sowohl aus Kosten- wie aus Qualitätsgründen entwickelte PriceWaterhouse Coopers (PwC) im Projekt „Probe" eine IT-Strategie, die weltweit nur noch drei miteinander vernetzte Rechenzentren vorsieht. Auf eine einzige solche Einrichtung wollte man sich aus Gründen der notwendigen Telekommunikationsverbindungen und aus Gründen der Sicherheit nicht verlassen. Als Ergebnis installierten PwC und Cadbury Schweppes im Laufe des Jahres 2002 drei IT-Centren, die gleichzeitig auch für die wichtigsten Zeitzonen im internationalen Handel stehen - in Birmingham (GB), Dallas (USA) und Melbourne (AUS). Für den gesamten Umbau der IT war ein Investitionsvolumen in Höhe von € 250 Millionen vorgesehen. Prozesse und auch die SAP-Systeme wurden global zusammengeführt.

Die Entscheidung zugunsten der dreigeteilten Lösung, die ein neues globales SAP-System beinhaltet, machte eine komplett neue IT-Infrastruktur notwendig.

Sie basiert auf 107 RS/6000 AIX-Servern und 90 Windows2000-Servern. Das SAN (Storage Area Network) setzt auf IBM ESS mit 33 TB Speicherkapazität auf und zum Betrieb des entsprechenden Netzwerks kommen Cisco-Produkte zum Einsatz. Nationale WANs (Wide Area Networks) wurden zum globalen WAN aufgerüstet. Das notwendige, unterlegte System-Management besteht aus Anwendungs-Management (SAP, Oracle, Domino und MQSeries), Infrastruktur Verfügbarkeits-Management sowie einem unternehmensweiten Batch Job Scheduler.

Aus der Vielzahl von möglichen Produkten und Anbietern für Job Scheduling Lösungen mussten die möglichen Eigenschaften und Funktionen selektiert werden. PwC hat dazu eine mit unterschiedlichen Gewichtungen versehene Bewertungsstruktur entwickelt. Diese umfasst die Faktoren Funktionalität (30%), Architektur/Technologie (15%), Referenzen (20%), Service/Support (15%), Ausführung/Zukunfts-

vision (10%) sowie die Kosten (10%). Besonderen Stellenwert hatten die Kriterien SAP-Zertifizierung, Verfügbarkeit des Anbieters in mehr als einer Region und die Lauffähigkeit unter Unix und NT.

Batch Job Scheduling - UC4 liegt vorn

Dem Job-Scheduling kommt im Rechner- und Anwendungsverbund ein besonderer Stellenwert zu. Aus der Vielzahl der Anwendungen erwächst in fast jedem Unternehmen die Aufgabe, bestimmte Prozesse mittels Batchverarbeitung anzustoßen. Diese umfassen nicht nur regelmäßige Auswertungen, sondern auch Filetransfers und ähnliche Verbindungen auf Anwendungsebene zwischen unterschiedlichen Systemen. Da SAP R/3 eine hohe Bedeutung für Cadbury Schweppes hat, spielte darüber hinaus die Generierung der sog. BW-Jobs (Business Warehouse) eine entscheidende Bedeutung.

„Diese Funktionen können nur mit den wenigsten Produkten abgedeckt werden", erklärt John Mullane, Project Probe ESM Team Leader bei PwC. „So ergab sich schon hier eine Tendenz in Richtung UC4 von SBB. Sie wurde unterstützt durch die SAP-Zertifizierung des Produkts, das sich insoweit deutlich vom Mitbewerb absetzt.

Ebenso wichtig erschien uns die Tatsache, dass Zeitzonen beim Ablauf der unterschiedlichsten Jobs keinen Hemmschuh darstellen durften. Denn im weltweiten Verbund der verketteten Anwendungen und Plattformen bleiben nur sehr schmale ‚Timeslots' für einen störungsfreien Batch-Ablauf."

Die Funktionalität hatte unter den genannten Auswahlkriterien den größten Anteil mit 30 Prozent. Der planmäßige Ablauf von zeit- oder eventgesteuerten Jobs über alle System- und Anwendungsplattformen hinweg wird von PwC an erster Stelle genannt. Voraussetzung für die Einbeziehung unterschiedlichster Jobs und Abhängigkeiten setzte eine leistungsfähige Script-Sprache sowie die Möglichkeit zur grafischen Planung der Aufgaben mittels ‚Drag and Drop' voraus. Bereits in diesem Stadium nahm UC4 nach Aussagen von John Mullane eine Sonderposition ein. Darüber hinaus waren es auch die umfangreichen Reporting- und Monitoring-Möglichkeiten des Produkts, die die Entscheidung stützten. Revisionssicher werden von UC4 alle einzelnen Schritte und die Ergebnisse protokolliert.

John Mullane weiter: „Abgerundet wurde die Funktionsauswertung durch den integrierten File-Transfer in UC4. Dieser Aufgabe kommt eine hohe Bedeutung zu, wenn produzierende Unternehmen im weltweiten Datenverbund stehen." Als weiteres Feature für den einfachen Umgang mit UC4 nennt John Mullane den integrierten Web-Client, der den Zugriff auf das Job Scheduling System von jedem vernetzten PC gestattet.

Erfolgreiche Installationen unterstützen die Entscheidung

Um die Entscheidung zugunsten von UC4 auch im Verhältnis zu anderen Unternehmen zu sehen, betonte PwC die Referenzen mit einer ebenfalls hohen Einzelgewichtung von 20 Prozent. SBB konnte aus der umfangreichen Kundenliste kurzfristig einige namhafte, international operierende Unternehmen benennen, die ihre positiven Erfahrungen in den Evaluierungsprozess bei Schweppes einbrachten.

Service und Support haben bei einer so umfangreichen, globalen Lösung großes Gewicht. Schließlich kann sich kein Unternehmen längere Ausfallzeiten leisten. Trotz der noch relativ geringen Unternehmensgröße von SBB steht das Unternehmen seinen Kunden weltweit mit einer 24-Stunden-Hotline zur Verfügung. Vorteil gegenüber manch größerem Mitbewerber war nach Aussage von John Mullane unter anderem die Tatsache, dass SBB seinen Kundendienst zentral steuert. Nicht mehr oder weniger unabhängige nationale Gesellschaften sind für den Support verantwortlich, sondern immer der Hersteller, ganz gleich, wo die Mitarbeiter räumlich angesiedelt sind.

„Neben vielen anderen Faktoren hat uns SBB mit dem umfassenden Wissen seiner Mitarbeiter im Business-Kontext überzeugt", ergänzt John Mullane. „Generelles Know-how über Plattformen und Anwendungen ist hier in idealer Weise mit hohem Engagement für das eigene Produkt verbunden. Die Spezialisten von SBB wissen, wie ein System läuft und wie es adressiert werden muss."

Fazit

Nach dem umfassenden Auswahl-Prozess fiel die Entscheidung zugunsten von UC4 als Job Scheduling Lösung im November 2001. Bereits im Dezember wurden die ersten Cadbury-Mitarbeiter parallel zu den technischen Umstellungsarbeiten auf dem neuen Produkt ausgebildet.

Entsprechende Manager wurden in Großbritannien und Australien eingesetzt - hier sollte die erste Ausbaustufe installiert werden. Im Januar 2002 erfolgten Content Distribution und Betrieb der SAP Basis- und BW-Jobs unter ausschließlicher Kontrolle von UC4.

Nach Aussage von PwC ist UC4 einfach in der Anwendung und effektiv im Einsatz. Aus diesem Grund wurde - im Plan - Mitte 2002 die gesamte Installation weltweit abgeschlossen.

Die schnelle Umsetzung der Geschäftsanforderungen in dem SBB-Produkt habe viel Zeit eingespart und trage entscheidend zu Qualität und Verfügbarkeit der neuen IT von Cadbury Schweppes bei.

http://www.uc4.com/de/

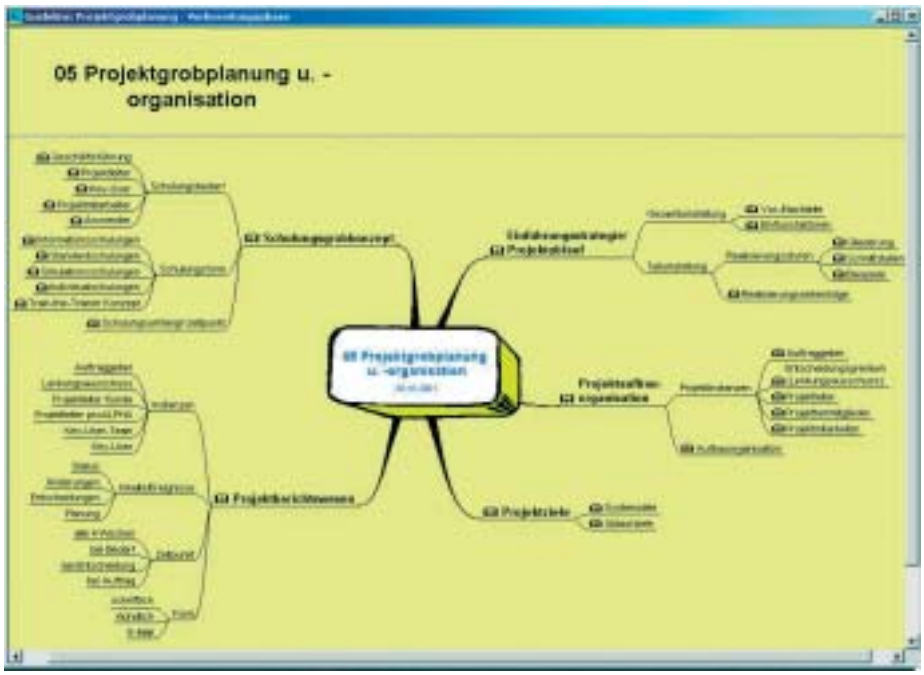
www.arp.com

Um die Nasenlänge voraus.
10000 EDV-Produkte stehen bereit. Mit Ihrem Gratis-Newsletter sind Sie immer rechtzeitig über aktuelle Top-Angebote im Bild.
Jetzt gratis anmelden – www.arp.com

ARP DATACON®
DAS NEUESTE RUND UM IHRE EDV

www.arp.com, Telefon 02236/683 100, Fax 02236/658 53
ARP DATACON GmbH, Postfach 116, 2355 Wr. Neudorf

Die kürzlich gegründete Magna Systemtechnik AG setzt auf die ERP-Lösung von proALPHA.

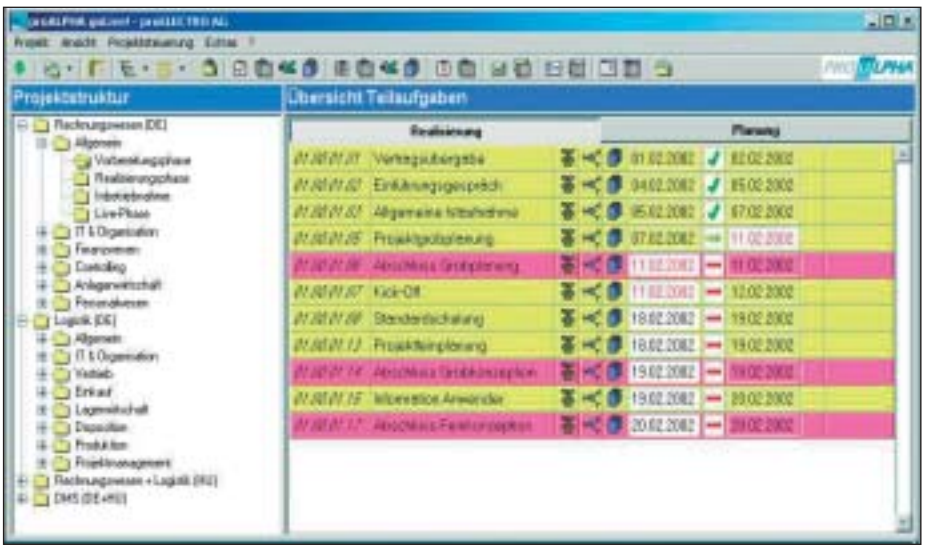


Automobilzulieferer mit proALPHA

Seit dem 1.1.2003 sind der Werkzeug- und Prototypenbau der Magna Steyr Fahrzeugtechnik AG & CoKG/Graz, die Synchro Tec (Zweigniederlassung der Tesma Motoren- und Getriebetechnik GmbH) und die Wahlheim Technik Werkzeugbau in der MAGNA Systemtechnik vereint.

Die MAGNA Systemtechnik AG steht für die strategische Neuausrichtung von drei Standorten, die zuvor als einzelne Abteilungen verschiedener Automobilzulieferunternehmen fungierten und nun ihre vorhandenen Stärken und Kräfte gezielt in einem schlagkräftigen Kompetenzzentrum zusammenführen. Dem MAGNA-Konzern und der Automobilindustrie kann so das gesamte Leistungsspektrum im Anlagen-, Formen-, Vorrichtungs- und Werkzeugbau, in der Automatisierung und Prüfstandstechnik als Kernkompetenz angeboten werden.

Das neue Betriebsgebäude soll bis September 2003 am Industriegelände in Albersdorf fertig gestellt werden und im Herbst mit vorerst 200 Mitarbeitern und Lehrlingen in Betrieb gehen. Für die Aus- und Weiterbildung der Angestellten wird ein Ausbildungszentrum, ähnlich der in Kanada existierenden MAGNA-Mitarbeiter-Akademie, entstehen. Dadurch wird den Mitarbeitern durch Lehre, Meisterprüfung, Job Rotation und akademische Weiterbildung der Aufstieg bis hin zum MAGNA-Manager ermöglicht.



„Durch die Spezialisierung von proALPHA auf mittelständische Industrie- und Handelsunternehmen bietet uns das ERP-System ein optimales Werkzeug, um unsere komplexen Prozesse abzubilden." - Projektleiter **Andreas Anbauer,** MAGNA Systemtechnik

Eine wesentliche Voraussetzung für die erfolgreiche Umsetzung dieses innovativen Unternehmenskonzeptes ist zweifelsohne eine gut durchdachte Informationstechnologie. Als Ergebnis eines fundierten Auswahlprozesses hat sich die MAGNA Systemtechnik AG für die umfassende Softwarelösung von proALPHA entschieden.

„Durch die Spezialisierung von proALPHA auf mittelständische Industrie- und Handelsunternehmen bietet uns das ERP-System ein optimales Werkzeug, um unsere komplexen Prozesse abzubilden", erklärt Projektleiter Andreas Anbauer. „Weitere entscheidende Punkte waren die Nähe des österreichischen proALPHA-Stammhauses zur MAGNA-Systemtechnik sowie die überzeugende Flexibilität und hohe Kompetenz der proALPHA-Mitarbeiter." Die integrierte proALPHA Standardsoftware wird alle Geschäftsprozesse effizient unterstützen und so die Basis für zusätzliche Wettbewerbsvor-

teile der MAGNA Systemtechnik AG schaffen. Eingesetzt werden nahezu alle proALPHA Softwaremodule wie Einkauf, Materialwirtschaft, PPS, Kostenrechnung, Finanzwesen, Vertrieb, Dokumentenmanagementsystem.

Ohne roten Faden geht es nicht

Mindestens genauso wichtig wie Funktionalität, Technologie und Flexibilität einer Business Software ist eine systematische Softwareeinführung. Das Projekt der MAGNA Systemtechnik AG wird daher mit Hilfe des neuen Einführungs-Tools proALPHA goLIVE! abgewickelt Dabei werden zunächst folgende Punkte geklärt:

- Verfügt der Anbieter über die notwendige Projektmanagementkompetenz und Erfahrung?
- Ist seine Vorgehensweise für den Kunden transparent und schlüssig?
- Stellt der Anbieter dem Kunden ein geeignetes Werkzeug für die Projektarbeit zur Verfügung?

Vom Projektstart bis zum Echtbetrieb sind alle Aufgaben in proALPHA goLIVE! dargestellt. Ziel ist eine hohe Transparenz für alle Projektbeteiligten von Beginn an. In Verbindung mit der Projektorganisation beantwortet ein Projektplan ganz konkret die Frage „Wann muss was von wem getan werden, damit wir schnell und sicher Ihren Echtstart erreichen?“

Durch eine einfache und intuitive Handhabung sowie die Integration aller wesentlichen Funktionen zur Projektplanung, -durchführung und -überwachung wird eine systematische proALPHA-Einführung mit proALPHA goLIVE! unterstützt.

Der Erfolg spricht für sich: Knappe vier Wochen nach dem Kickoff-Meeting konnte das proALPHA Finanzwesen in Echtbetrieb genommen werden.

Auf den gelungenen Echtstart können die Mitarbeiter der MAGNA Systemtechnik und das Projektteam von proALPHA zu Recht stolz sein. „Es ist ein wunderschöner Erfolg für proALPHA Österreich, einen so innovativen Partner wie die MAGNA Systemtechnik AG gewonnen zu haben“, freut sich Peter Tinnacher, Geschäftsführer der proALPHA Software Austria. ❑

proALPHA Software

proALPHA optimiert die Geschäftsprozesse mittelständischer Unternehmen aus Industrie und Handel in ganz Europa, in den Bereichen Warenwirtschaft, Produktion, Finanz- bzw. Rechnungswesen und Managementinformation. Die Unternehmensschwerpunkte liegen in der Entwicklung und Implementierung ganzheitlicher ERP-Softwarelösungen (Enterprise Ressource Planning). Mit der betriebswirtschaftlichen Standardsoftware proALPHA bietet das Unternehmen eine integrierte Gesamtlösung für den Mittelstand, die völlig hardware- und betriebssystemunabhängig einsetzbar ist. Die internetfähige Lösung wird abgerundet durch Funktionen wie CRM, SCM, DMS und E-Business. Die proALPHA Software Austria mit Niederlassungen in Gleisdorf, Wien, Wels und Innsbruck ist verbundenes Unternehmen der deutschen proALPHA Software-Gruppe. Über 50 Mitarbeiter betreuen mehr als 130 Kundeninstallationen

http://www.proalpha.at

Heute verfügen Unternehmen über gewaltige Mengen an Daten. In jede Transaktion sind EDV-Anlagen involviert, jede Abteilung sammelt eigene Daten, die sie zur Erledigung ihrer Aufgaben benötigt. Ein Unternehmen ist dadurch immer auch eine weite, kaum überschaubare Landschaft verteilter Daten. Sie der Analyse zugänglich zu machen, ist die Grundidee von Business Intelligence.

Ilse u. Rudolf Wolf

Mit Business Intelligence erfolgreicher im Wettbewerb bestehen

Der Begriff „Business Intelligence" wurde 1993 von der Gartner Group geprägt und beschreibt die Zugriffs- und Analysemöglichkeiten von Endanwendern auf im Unternehmen gespeicherte Daten und Informationen. Der in der IT-Welt weitgehend akzeptierte Oberbegriff Business Intelligence, vereint die unterschiedlichsten Technologien und Applikationen. Sie reichen vom „klassischen" Data Warehousing bis zu unternehmensweiten Informationsmanagement-Anwendungen von zu Ad-hoc Query und Enterprise Reporting bis hin zu Data Mining oder Balanced Scorecard Anwendungen unter Einbeziehung von Internet-Funktionalitäten. Das Ziel von BI-Strategien ist es, Informationen so aufzubereiten und zu verteilen, dass die jeweils Verantwortlichen damit einen Mehrwert für das Unternehmen erzielen können. Im Hinblick auf den Mittelstand ist eine Grundvoraussetzung, dass weder die Bedienung noch die Anpassung der Software auf die individuellen Bedürfnisse mit Programmierarbeit verbunden ist.

Die Business Intelligence Plattform

Grundlage jeder Business Intelligence-Lösung ist ein Data Warehouse, das ein Sammeln, Vereinheitlichen und Analysieren von vorhandenen Daten ermöglicht. Die klassische Business Intelligence Plattform besteht in der Regel aus fünf integrierten Komponenten. Dazu gehören:

- 1. Eine Lösung für die Informationsversorgung (Extrahieren, Transformieren und Laden von Daten (ETL-Tools), die einen Zugriff auf alle verfügbaren Datenquellen (ERP, Legacy und OLTP) ermöglicht.
- 2. Eine Oberfläche für das Verwalten der Metadaten des Data Warehouse oder Data Marts.
- 3. Eine unternehmesweit skalierbare, Server-basierte Architektur, deren Kernmodule für Ad-hoc-Reporting, OLAP-Analyse, Visualisierung und Data Mining das gesamte Spektrum an Business Intelligence Funktionen umfassen.
- 4. Ein vorkonfiguriertes BI-Frontend, das den Endanwendern eine Benutzeroberfläche zur Verfügung stellt, die beliebig auf den jeweiligen Informationsbedarf angepasst werden kann.
- 5. Eine über alle Komponenten hinweg durchgehende Lösung für die Informationssicherheit.

Das Data Warehouse

Der Begriff Data Warehouse ist in der Literatur nicht klar definiert. Im Allgemeinen wird in der Praxis unter einem Data Warehouse eine Zusammenfassung aller Methoden verstanden, die dazu dienen, Unternehmensdaten aus verschiedensten Quellen, mit der Möglichkeit der Beantwortung von geschäftskritischen Fragen und der Entscheidungsfindung schnell zusammenzuführen. Ein Data Warehouse ist daher ein Verbund von neuen und historischen Daten eines Unternehmens und ist eine Sammlung von Informationen zur Entscheidungsunterstützung des Managements. Doch um die Daten in diese Form zu bringen, sind einige Hürden zu überwinden. So gilt es in einem ersten Schritt, die Daten aus den Transaktionssystemen zu bereinigen und in eine geordnete Form zu bringen. Dazu zählt das Aggregieren bzw. Entfernen von redundanten Informationen.

Für die spätere Analyse ist es wichtig, dass die Anwender wissen, was sich eigentlich hinter den jeweiligen Datenfeldern verbirgt. Folglich müssen die Informationen zu diesen Daten in so genannten Metadaten bereitgestellt werden. Metadaten sind Daten über Daten, d.h. Informationen über Daten aus den einzelnen Systemen.

Während das Data Warehouse eine unternehmensweite Datenbasis darstellt, sind Data Marts kleinere Data Warehouses, z.B. auf Abteilungsbasis. Bei der Planung eines Data Marts wird auf die Anforderungen eines Teilbereichs eines Unternehmens eingegangen. Der Vorteil liegt darin, dass nicht die komplette Datenbasis eines Unternehmens sofort abgebildet werden muss, sondern nur die Daten, die für Fragestellungen des jeweiligen Bereichs oder der jeweiligen Abteilung benötigt werden.

Im Normalfall stellen Data Marts den ersten Implementierungs-Schritt bei der Etablierung eines unternehmensweiten Data Warehouses dar, nach-

dem zuvor die spezifischen Anforderungen und das Gesamtdesign des Data Warehouses definiert worden sind. Dieser Ansatz beschleunigt den Aufbau einer Data Warehouse-Lösung und reduziert das Risiko im Vergleich zum umgekehrten Weg, erst das Data Warehouse zu erstellen und dann die Data Marts. Gegenüber bereichsübergreifenden Lösungen finden Data Marts oft den Vorzug, da sie in relativ kurzer Zeit zu vergleichsweise geringen Kosten realisiert werden können.

Als schlüsselfertige Standardlösung ist ein Data Warehouse nicht zu kaufen. Größe und Konzept sind von Unternehmensstruktur und Anforderungen der Benutzer abhängig, denn DWH-Projekte gehören zu den komplexesten Unterfangen in der IT, was vor allem an den zahlreichen Schnittstellen und den vielen beteiligten Legacy-Systemen liegt.

Um ein unternehmensweites DWH einzuführen, muss bereits in der Konzeption sichergestellt werden, dass die darin verwendeten Kennzahlen von jedem gleich verstanden und berechnet werden. Das kann aufwändig sein, ist aber sehr wichtig. Fehlentscheidungen bei der Datenmodellierung, der Metadatenverwaltung und den Entwicklungsrichtlinien können gravierende Folgen haben. Bei diesen Arbeitsschritten sollte deshalb die Qualität besonders gesichert werden. Wer ein DWH aufbauen will, sollte daher erfahrene Experten einbeziehen.

Häufig versucht die Industrie, gerade auch dem Mittelstand aufwändige Data Warehouses zu verkaufen. Doch haben die Erfahrungen gezeigt, dass viele der Data Warehouse-Projekte auf Grund ihrer Komplexität gescheitert sind.

BI-Frontends

Werkzeuge für die Bereitstellung und Auswertung von Geschäftsinformationen - auch Business-Intelligence-Frontends genannt (BI-Frontends) - bilden die Ausgabeschicht von Data Warehouses oder Data Marts. Sie liefern den Anwendern Geschäftsdaten für ihre tägliche Arbeit und bieten interaktive Navigations- und Analysemöglichkeiten bei der Suche nach den gewünschten Zahlen. Die vielen Aufgaben rund um das Modellieren, Speichern und Verwalten solcher Daten überlassen Frontends meist speziellen Datenbanken mit multidimensionaler Architektur. BI-Frontends und multidimensionale Datenbanken sind heute in verschiedensten Ausprägungen erhältlich. Die Vielfalt von BI-Frontends reicht vom einfachen Excel-Add-In bis hin zu vorgefertigten Analysemodulen für komplexere betriebswirtschaftliche Auswertungen. Da letztere Standardprodukte sind, müssen solche Anwendungen oft individuell angepasst und ergänzt werden.

Zu den allgemeinen Kriterien gesellen sich für BI-Frontends spezifische Aspekte. Hierunter fällt etwa die Datenanbindung, die in heterogenen und verteilten Systemarchitekturen den Zugriff auf verschiedene Datenquellen verlangt. BI-Tools sollten hier Schnittstellen für den Zugriff auf multidimensionale Datenbanken verwenden können.

Analysemöglichkeiten im Datawarehouse

Einfache Abfrage-Werkzeuge stoßen in großen Data Warehouse-Umgebungen sehr schnell an die Grenzen ihrer Leistungsfähigkeit. Um den Performance- und Analyseproblemen gerecht zu werden, wurden spezielle Technologien entwickelt, die für solche Abfragen optimiert wurden.

Im Rahmen der Datenanalyse stehen zwei Begriffe im Vordergrund: OLAP (Online Analytical Processing) und Data Mining. OLAP konzentriert sich bei der Analyse hauptsächlich auf das Berichtswesen. Die Daten werden aus den Datenquellen in einem multidimensionalem Datenwürfel (OLAP-Cube) zusammengefasst und dann in Berichten mit Tabellen und Grafiken angezeigt. Der Anwender kann sich die Kriterien, die für ihn interessant sind, auswählen und miteinander kombinieren. Internet- und Intranet erweitern die Fähigkeiten von OLAP. Viele OLAP- Werkzeuge bieten die Möglichkeit Reports über das World Wide Web oder ein Intranet durchzuführen. Der Mitarbeiter kann über einen Browser auf den OLAP-Server seines Unternehmens zugreifen, erhält die notwendigen Daten und erstellt ortsunabhängig und flexibel die gewünschten Analysen. Während OLAP die Antwort auf gezielte Fragen gibt, schürfen Data Mining-Tools nach unbekannten Zusammenhängen innerhalb der Unternehmensdaten.

DATENANALYSEN
BERICHTSWESEN
INFOVERTEILUNG
www.microstrategy.de
MicroStrategy®
Best In Business Intelligence™

OLAP-Architekturen

Online Analytical Processing (OLAP) ist eine Schlüsselkomponente für Business Intelligence-Lösungen. Durch OLAP bekommt der Endbenutzer die Möglichkeit, durch die Informationsbasis des Unternehmens zu navigieren. Die Grundelemente der multidimensionalen OLAP-Navigation sind Daten-Würfel (Cubes). Diese bilden eine multidimensionale Welt ab, in der mittels „drill-down", „slice and dice", „expand" und „rotate" navigiert werden kann. Dies erlaubt die Analyse mehrerer Dimensionen (z.B. Zeit, Geografie, Kunde, Produkt) entlang von Hierarchien (z.B. Jahr, Monat, Tag). Das Navigieren in den Daten-Würfeln wird durch die Metadaten unterstützt. Diese sind ein wichtiger Bestandteil einer OLAP-Anwendung. Die Daten werden von einem bestimmten Detaillierungsgrad ausgehend aggregiert und erlauben die Analyse innerhalb dieser Datensicht. Ist der vom Benutzer gewünschte Detaillierungsgrad in dieser Datensicht nicht mehr enthalten, kann mittels „reach-through" direkt auf die Detaildaten zugegriffen werden. Voraussetzung für eine OLAP-Anwendung ist aber in jedem Fall ein Data Warehouse oder ein Data Mart.

Die ROLAP-Architektur: Hier wird mit Hilfe von SQL über eine Standardschnittstelle auf eine relationale Datenbank zugegriffen. Die Datenbank dient als Datenbasis für die OLAP-Analyse, bei der die multidimensionalen Abfragen in eine Sequenz von SQL-Befehlen übersetzt werden. Um eine multidimensionale Darstellung zu ermöglichen, werden die Daten tabellarisch aufbereitet. Die ROLAP-Architektur hat den Vorteil, dass der Anwender direkt auf die Rohdaten zugreifen kann, ohne zuvor in einer dazwischenliegenden multidimensionalen Datenbank suchen zu müssen. Der Nachteil der ROLAP-Architektur ist, dass die großen Daten- und Dimensionsmengen eine schlechte Performance bewirken.

Die MOLAP-Architektur: Data Warehouses, die auf der Basis der MOLAP-Architektur aufgeteilt werden, halten die Daten in einer multidimensionalen Datenbank. Sie bedienen sich verdichteter Würfel, sodass multidimensionale Abfragen direkt möglich sind. Das hat aber zur Folge, dass das Datenmodell und die Daten in viel stärkerem Maße transformiert werden müssen, als es beim Einsatz der ROLAP-Architektur notwendig ist. Der Vorteil dieser Architektur besteht in den schnellen Zugriffen auf die Daten.

Die HOLAP-Architektur: Kombiniert die ROLAP- und MOLAP-Architekturen und nutzt die Vorteile der beiden anderen Architekturen: hohe Performance bei großer Skalierbarkeit.

Typische Anwendunggebiete in denen OLAP-Funktionalität gefragt ist, sind: Verkaufs- und Marketinganalysen, Finanzmanagement & Control-

ling, Budgetierung & Planung - Profitabilitätsanalysen, Preisgestaltung und Optimierungen, Qualitätskontrolle.

Diese Lösungen können sowohl in Client/Server- als auch in Web-Umgebungen zum Einsatz kommen.

Data Mining - eine elektronische Schatzsuche

Der Name „Data Mining" kommt daher, dass man wie in einer Edelstein-Mine den Gesamt-Datenbestand „abschürft". Data Mining ist daher so etwas Ähnliches wie elektronischer Bergbau, weil in einem Datenberg mit Hilfe einer Software zwar keine Edelsteine gesucht werden, aber nach unerwarteten Zusammenhängen zwischen den Daten, die man dann möglichst Gewinn bringend nutzen kann.

Data Mining bezeichnet nicht eine einzelne Technik, sondern umfasst den gesamten Prozess von der Bereitstellung der Daten bis zur Anwendung der Erkenntnisse. Mit der Anwendung von Data Mining werden wissenschaftlich abgesicherte Verfahren aus unterschiedlichen Bereichen (z.B. neuronale Netze) eingesetzt. Data Mining arbeitet datengesteuert, d.h. ausgehend von den Daten selbst werden Hypothesen aufgestellt, die anschließend mit Hilfe benutzerdefinierter Qualitätsheuristiken bewertet werden.

Bei einer datengesteuerten Analyse ist wichtig, dass die Daten aktuell sind und sich in einem einwandfreien Zustand befinden. Dem Prüfen und Säubern der Daten (Preprocessing) kommt demnach eine zentrale Rolle im Data-Mining-Prozess zu. Data Mining unterscheidet sich somit grundlegend von Datenbankabfragen bei denen der Benutzer Anfragen konkret vorgibt und die erhaltenen Daten lediglich aufsammelt.

Der Datamining-Prozess gliedert sich in fünf Aktionen: Datenauswahl, Datentransformation, Datamining, Interpretation und Präsentation des neuen Wissens.

Die Aktion des Datamining kann mit Hilfe von unterschiedlichen Datamining-Operationen erfolgen wie z.B.: Vorhersage- und Klassifikationsmodellen, Link-Analyse, Datenbanksegmentierung und Ermittlung von Abweichungen (Ausreißern). Die Datamining-Operationen werden mit Hilfe von unterschiedlichen Techniken durchgeführt: z.B. Induktion, Neuronale Netze, Entscheidungsbäume, Genetische Algorithmen. Dabei sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass nicht ausschließlich eine Technik benutzt wird, um eine bestimmte Datamining-Operation durchzuführen, sondern zumeist kommen unterschiedliche Techniken gemeinsam zum Einsatz.

Für die Klassifizierung der Daten gibt es mehrere Alternativen, z.B. die Anwendung neuronaler Netze, induktive Verfahren wie Entscheidungsbäume oder rein statistische Verfahren. Oft wird auch eine Kombination der Verfahren und somit eine multistrategische Analyse durchgeführt.

Mit Verifikations-Techniken werden Hypothesen und Fragen von Anwendungsexperten formuliert und dann mit Hilfe verschiedener Abfrage- und Analysetools anhand der Daten bestätigt oder verworfen. Dieses Modell liegt den meisten klassischen statistischen Analysemethoden (Reports u. multidimensionale Tabellen, Korrelationen, Varianzanalyse, Diskriminanzanalyse, Faktorenanalyse, Regression, Forecasting Methoden) zu Grunde. Discovery-Techniken werden eingesetzt, um vorher nicht bekannte Zusammenhänge und Trends in den Daten zu entdecken. Discovery-Techniken sind Automatisierte statistische Verfahren, Entscheidungsbaum-Algorithmen, Clusteranalysen oder Neuronale Netze. Mit Discovery-Techniken werden Hypothesen automatisch generiert und gleichzeitig anhand der Daten überprüft. Der Algorithmus kann daher auch neue und überraschende Hypothesen liefern.

Den letzten Schritt des Datamining-Prozesses bildet die Anwendung des erhaltenen Wissens (Modelle, Regeln, Muster) im täglichen Geschäftsgang.

Der Nutzen des Data Mining

Durch die Interpretation der durch Data Mining gefundenen Informationen, lassen sich Aktionen seitens der Unternehmensführung planen und durchführen. Data Mining ermöglicht es bestehende Marketingstrategien zu optimieren oder neu zu planen, Zielgruppen gezielt und effektiv anzusprechen und das „Customer Relationsship Management" (CRM) zu verbessern.

Mit wachsender Bedeutung der Pflege der Kundenbeziehungen, auch Customer Relationship Management (CRM) genannt, ist Data-Mining eine wichtige Technologie. Kunden werden zu Gruppen zusammengefasst, denen gemeinsam ist, dass sie mit höherer als Zufallswahrscheinlichkeit Interesse an bestimmten Produkten haben. Mailings lassen sich dadurch zielgerichteter, mit geringeren Streuverlusten und zu niedrigeren Kosten durchführen. Unternehmen können herausfinden, welche Kunden besonderes Potenzial für künftige Geschäfte aufweisen und sie entsprechend umwerben.

Mit Data Mining lassen sich beispielsweise Kundenprofile erstellen, Korrelationen zwischen Produktverkäufen aufdecken und Markttrends identifizieren. Dazu gehört auch die Warenkorbanalyse, also die Analyse über das Kaufverhalten im Produktmix, d.h. welche Käufergruppen sind die profitabelsten Kunden, um so diese Bereiche auszubauen.

Beispiele für Anwendungsgebiete des Data Mining

Data Mining kann in allen Bereichen Anwendung finden, in denen Daten systematisch erhoben werden und kann unabhängig von der Bedeutung der Daten prinzipiell in allen Problemfeldern gleichermaßen Anwendung finden:

Bonitätsprognosen von Kunden, Controlling Target Costing, Cross Selling (gut verkaufbare Produktkombinationen), Fertigung Fehlererkennung in der Fertigung (Qualitätssicherung), Finanzierung Devisenkursprognosen zum Hedging, Früherkennung von Unternehmenskrisen, Gewinnmaximales Mailing, Kostenminimale Routenplanung im Außendienst, Lieferanten- Qualifikation, Marketing Absatz- und Marktanteilsprognosen, Missbrauchserkennung von Versicherungsnehmern, Optimale Reihenfolgeplanung in der Produktion, Personal Personalselektion bzw. Matchinganalysen, Prognose von Fehlleistungen, Segmentierung von Kunden in Verhaltensklassen, Strategisches Management, WWW: Click- maximierendes Zuordnen von Werbebannern.

Einige typische Fragestellungen für Data Mining-Anwendungen aus dem Bereich Marketing:

- Was wünschen und wollen die Kunden?
- Welches sind die wertvollsten Kunden?
- Bei welchen Kunden besteht die Gefahr, dass sie verloren werden?
- Welche Marketing-Aktion greift bei welchen Kunden?
- Welche Kunden sind auch potentielle Kunden eines anderen Produktes?
- Welches Werbemedium bringt den höchsten Return on Investment (ROI)?
- Welche Kunden sind kreditwürdig?

Data Mining und der Datenschutz

Mit der ständig zunehmenden Leistungsfähigkeit der Informations- und Kommunikationstechnik wächst die Menge gespeicherter personenbezogener Daten in Wirtschaft und Verwaltung weiter an. Zunehmend kommen automatisierte Verfahren zum Einsatz, die das gesammelte Datenmaterial effektiv verwalten und analysieren.

Diese Entwicklung schafft neben Vorteilen neue Gefahren und Risiken für das Grundrecht auf informationelle Selbstbestimmung und für den Schutz der Privatsphäre. Persönlichkeitsprofile, automatisierte Vorhersagen von Verhaltens- und Handlungsweisen, Manipulationsmöglichkeiten und zu lange Speicherung sind befürchtete Gefahren.

Besonderes Potential wird durch die Erstellung von eigentlichen Kundenprofilen freigesetzt, wenn diese mit Daten aus dritten Quellen abgeglichen und ergänzt werden können. Diese Ziele der Anbieter widersprechen in der Regel den Anforderungen des (europäischen) Datenschutzes und rufen Widerstände der so durchleuchteten Kunden hervor.

Hier bietet allerdings eine Entscheidung des Österreichischen Obersten Gerichtshofs einen gewissen Schutz: 1999 wurde ein Fall des Data Minings verhandelt und entschieden, dass es unter anderem für den Kunden deutlich erkennbar sein muss, an wen die mittels Kundenkarte erhobenen Daten weitergeleitet werden. ❑

©2003 Microsoft Corporation. Alle Rechte vorbehalten. Microsoft ist eine registrierte Marke der Microsoft Corporation in den Vereinigten Staaten und/oder weiteren Ländern. Microsoft Business Solutions ApS ist ein Tochterunternehmen der Microsoft Corporation.

Ganz gleich, wie viele Lösungen Sie gestern gefunden haben, wie viele finden Sie heute?

Fragen gibt es überall. Antworten nicht. Entscheidungen zu treffen, ist Ihr Job. Unser Job ist es, Ihnen fundierte Erkenntnisse zu liefern, damit Sie jederzeit die richtigen Entscheidungen treffen. In allen Lösungen von Microsoft® Business Solutions – vom Finanzmanagement bis zum Supply Chain Management und vielem mehr – stecken die Erfahrung und das Potenzial eines Partners, der Sie und Ihr Unternehmen noch erfolgreicher macht. Auch wenn Ihr Business jeden Tag neue Anforderungen bringt. Erfahren Sie mehr unter www.microsoft.com/austria/Antworten **Software für das agile Business.**

Microsoft Business Solutions

Finanzmanagement | Business Analytics | Projektmanagement | Personalwesen | Customer Relationship Management

Werkzeuge und Methoden für Business Intelligence werden zur Quelle entscheidender Wettbewerbsvorteile je schneller sich Unternehmen und Märkte dynamisch verändern und Entscheidungen von einer größeren Zahl von Fachkräften auf verschiedenen Hierarchieebenen im Unternehmen getroffen werden müssen.

Carsten Bange

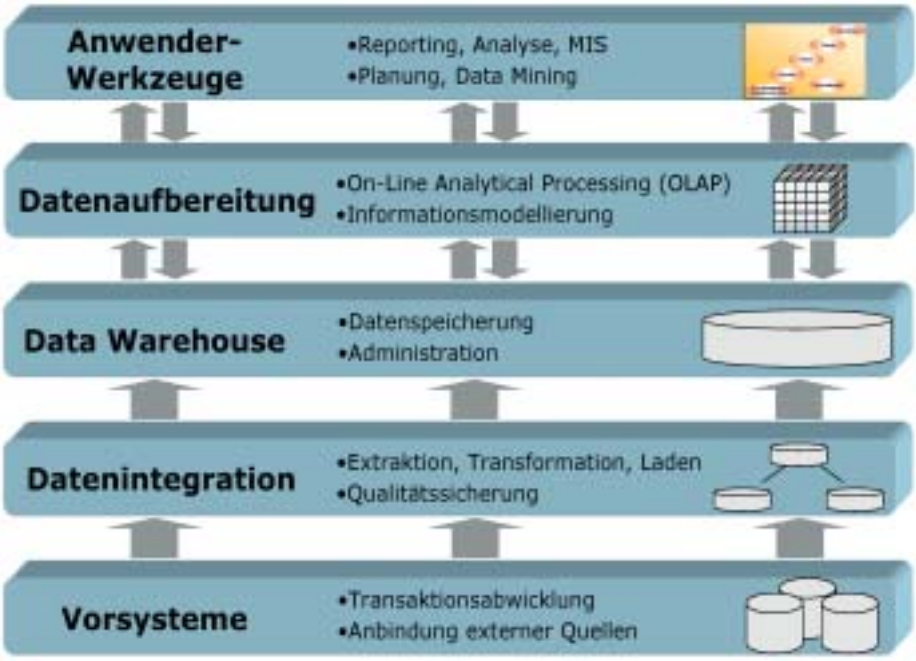


Abbildung 1: Prozesse und Marktsegmente in Business-Intelligence-Systeme

Trends im Business-Intelligence-Markt

Werkzeuge und Technologien für die Unternehmenssteuerung

Große Softwarehäuser wie SAP oder Microsoft haben diesen Trend erkannt und drängen mit Macht auf den Markt. Dort treffen sie auf eine große Zahl etablierter Anbieter, die seit vielen Jahren verschiedene Anforderungen von Unternehmen aufgreifen und mit ihren Werkzeugen abdecken.

Da eine Vielzahl an Softwareanbieter sich selbst in die Kategorie „Business Intelligence" einordnen, herrscht auf Anwenderseite Verwirrung über Einsatzbereiche und Möglichkeiten entscheidungsunterstützender Systeme. Offensichtlich unterschiedliche Lösungsansätze und Technologien erfordern eine Definition und Abgrenzung des Marktes. Dabei kann die grundlegende Definition von Business Intelligence als „entscheidungsorientierte Sammlung, Aufbereitung und Darstellung geschäftsrelevanter Information" helfen.

Business Intelligence Software ist demnach insbesondere abzugrenzen von Systemen zur Unterstützung operativer Geschäftsprozesse, wie beispielsweise Warenwirtschaftssysteme, Buchhaltungssoftware oder integrierter betriebswirtschaftlicher Standardanwendungssoftware (z.B. SAP R/3, Peoplesoft, Navision). Diese erzeugen die Datengrundlage für die Information der Anwender über Geschäftsprozesse, Marktgeschehen und andere entscheidungsrelevante Sachverhalte. In Prozessschritten der Datenintegration, Speicherung und Aufbereitung werden entscheidungsrelevante Daten letztlich in Anwenderwerkzeugen dargestellt (Abbildung 1). Analog dieser Prozessschritte können auch diverse Marktsegmente und Aufgabenkategorien für Software identifiziert werden. Auf Basis der seit vielen Jahren durchgeführten Produkttests, Marktstudien und Beratungsprojekte des Business Application Research Centers (BARC) kann durch dieses Schema eine strukturierte Übersicht der aktuellen Marktsituation und Entwicklungen gegeben werden.

Treiber hierfür war der Wunsch des Managements, auch oder gerade in schlechterem wirtschaftlichem Umfeld eine verlässlichere Zah-

Segment	Hersteller	Produktbezeichnung	WWW-Adresse
Spezialwerkzeug	Ab Initio Software	Ab Initio	www.abinitio.com
	Ascential	DataStage	www.ascential.com
	Data Junction	Data Junction	www.datajunction.com
	ETI	ETI*Extract Tool Suite	www.eti.com
	Sagent	Data Load	www.sagent.com
	Sunopsis	Sunopsis	www.sunopsis.com
Teil einer Business Intelligence Suite	Business Objects	Data Integrator	www.businessobjects.com
	Cognos	DecisionStream	www.cognos.com
	Hummingbird	ETL	www.hummingbird.com
	Informatica	PowerCenter	www.informatica.de
	SAS	SAS/Warehouse Administrator	www.sas.com
Datenbank-Komponente	IBM	Warehouse Center	www.ibm.com
	Microsoft	Data Transformation Services	www.microsoft.com
	Oracle	Oracle Warehouse Builder	www.oracle.com

Abbildung 2: Datenintegrationswerkzeuge (Auswahl)

lenbasis für Entscheidungen zu haben. Weiterhin existieren externe Treiber in Form der Kreditinstitute, die im Rahmen der „Basel II" Unternehmensbeurteilungen Kennzahlen und Controllingsysteme durchleuchten und in Form des Gesetzgebers, der für das externe Berichtswesen strengere Haftungsregelugen des Managements durchsetzt.

Datenintegration

Da regelmäßig 50-80% des Aufwandes eines Business-Intelligence-Projektes in der Integration von Daten aus diversen Vorsystemen in eine inhaltlich und technisch homogene Datenbasis steckt, kommt den Werkzeugen zur Datenintegration eine besondere Bedeutung zu. Am Markt können drei Gruppen von Werkzeugen unterschieden werden (Abbildung 2):

- **Spezialwerkzeuge**, die ausschließlich Komponenten zur Extraktion, Transformation, Qualitätssicherung und Überführung von Daten enthalten.
- **Module in Business-Intelligence-Suiten** (Produktfamilien), die mehrere Business-Intelligence-Aufgaben abdecken und
- **Datenbank-Komponenten**, die zusammen mit Standard-Datenbanken ausgeliefert werden.

Trends im Markt:

- Viele der größeren Spezialanbieter zur Datenintegration haben inzwischen ihre Produktpalette in Richtung weiterer Business-Intelligence-Aufgaben z. B. um Analyse- und Reporting-Frontends erweitert oder sind von sol-

BARC

Das Business Application Research Center (BARC) bietet Unternehmen neutrale und fundierte Unterstützung bei der Konzeption und Auswahl von Business-Intelligence-Systemen.

BARC baut bei seiner Arbeit auf die seit 1994 publizierten Marktübersichten und Produktvergleiche entscheidungsunterstützender Informationssysteme des Lehrstuhls Wirtschaftsinformatik der Universität Würzburg, Prof. Dr. R. Thome, auf. Kernkompetenz ist die Erstellung von vergleichenden Produktevaluationen (BARC-Studien) sowie die Unterstützung von Unternehmen bei der Auswahl von Business-Intelligence-Strategien und -Werkzeugen. Auf Basis langjähriger Erfahrung in diesem Marktsegment und dem in zahlreichen Projekten und Veröffentlichungen dokumentierten Markt-Know-how sorgen BARC-Analysten für höhere Transparenz und Kostenreduktion im Auswahlprozess und damit für eine höhere Investitionssicherheit in Projekten. Kunden sind nationale und internationale Unternehmen aller Größen und Branchen.

BARC, Wiesenweg 31, D-97084 Würzburg, Tel.: 0931-8806510, http://www.barc.de

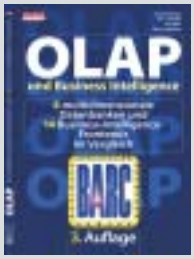
„OLAP und Business Intelligence" (3. Auflage)

Eine weitere Unterstützung liefert die Studien des Business Application Research Center (BARC), das in seinem Labor seit vielen Jahren Werkzeuge testet und bewertet. Aktuell erschienen sind:

Die inzwischen dritte Auflage der Studie **„OLAP und Business Intelligence"** bietet Unternehmen eine qualifizierte Unterstützung bei der Auswahl eines individuell passenden OLAP- und Business-Intelligence-Frontends. BARC untersucht in diesem Sektor 6 multidimensionale Datenbanken und 14 Anwenderwerkzeuge zum Aufbau von Management-Informationssystemen, Reporting- und Analyseanwendungen. Basierend auf dieser Trennung werden die beiden Produktgruppen anhand differenzierter Kriterienkataloge beschrieben und bewertet. Die Studie enthält fundierte Informationen über technische Leistungsfähigkeit und funktionale Schwerpunkte der Werkzeuge.

„Frontends für SAP BW"
Die Studie vergleicht und bewertet sowohl im Lieferumfang von BW enthaltene als auch optionale SAP-Frontends sowie die Business-Intelligence-Frontends von 11 Drittanbietern. Leser der Studie erhalten einen detaillierten Überblick über die verfügbaren Lösungen und Alternativen für die Informationsverteilung auf Basis eines BW und können anhand von nachvollziehbaren Kriterien und Bewertungen die zu ihnen passende Softwarelösung eingrenzen. Praxisnahe Testszenarien geben einen Eindruck davon, wie häufig benötigte und akzeptanzkritische Funktionen und Leistungsmerkmale in den Werkzeugen umgesetzt werden. Die Studie ist in deutscher und englischer Sprache erhältlich.

„Integrierte Unternehmensplanung" und „Planung und Budgetierung"
In den Neuerscheinungen „Integrierte Unternehmensplanung" und „Planung und Budgetierung" findet die erfolgreiche BARC-Studie „Planungswerkzeuge" ihre Fortführung. Durch die Aufteilung in zwei Studien erhält der Leser die Möglichkeit, sich auf ein spezifisches Marktsegment zu konzentrieren. Diese Segmentierung orientiert sich nicht nur an preislichen Kriterien, sondern berücksichtigt auch die unterschiedlichen Architektur-Ansätze der Lösungen sowie die damit verbundene Vorgehensweise bei der Implementierung.
Die BARC-Studie „Integrierte Unternehmensplanung" richtet sich in erster Linie an mittelständische Unternehmen und Controlling-Abteilungen in Konzernen. Der Schwerpunkt der Studie liegt hierbei auf Lösungen, die eine Administration durch Fachanwender, ohne eine umfangreiche Unterstützung aus der IT-Abteilung, ermöglichen. Die Bewertung der getesteten Planungslösungen erfolgt anhand von tatsächlichen Installationen im BARC-Labor und eines anwendungsbezogenen Kriterienkatalogs, der auf spezifische Anforderungen in der Planungsdurchführung eingeht. Detaillierte Beschreibungen vermitteln einen ausführlichen Eindruck über die Stärken und Defizite der einzelnen Produkte.



Die BARC-Studie **„Planung und Budgetierung"** vergleicht Software-Lösungen, die sich insbesondere für den Einsatz bei größeren Unternehmen und Konzernen mit flexiblen Planungsstrukturen eignen. Die betrachteten Planungswerkzeuge bieten in der Regel eine geringe Basis an vordefinierten Anwendungen, eröffnen aber umfangreiche Möglichkeiten zur Anpassung der Systeme an individuelle Anforderungen und Strukturen im Unternehmen, beispielsweise den Aufbau eigener Planungsoberflächen oder die Abbildung komplexer Planungsstrukturen. Die Ergebnisse der Studie basieren auf eingehenden Tests, die anhand von tatsächlichen Installationen der Produkte im BARC-Labor durchgeführt wurden. Grundlage der Tests bildet ein ausführlicher Kriterienkatalog, der sowohl technische als auch anwendungsorientierte Anforderungen enthält. In Detailbeschreibungen sind alle Produkte ausführlich dargestellt.

Exklusive Monitor Einführungsangebote gültig bis 30.6.2003:

- OLAP und BI: € 690, -10%
- Frontends für SAP BW: € 690, -10%
- Integrierte Planung: € 290, -10%
- Planung und Budgetierung: € 690, - 10%, ab 1.7. € 990

Zu bestellen unter http://www.monitor.co.at/comconsult

chen Anbietern aufgekauft worden (z. B. kürzlich die Akquisition von Acta durch Business Objects). Die verbleibenden Spezialanbieter versuchen sich durch besonders günstige oder technologisch innovativen Angeboten zu positionieren. Neue Konkurrenz in diesem Markt kommt in den letzten Jahren durch die Datenbankanbieter wie IBM, Oracle oder Microsoft, die zusammen mit ihren Datenbanken kostenlos oder in preisgünstigen Bündeln immer leistungsfähigere Werkzeuge anbieten.

- Da die Datenqualität eines BI-Systems wesentlich im Rahmen der Datenintegration bestimmt wird, werden Funktionen zur Erhebung und Verbesserung der Datenqualität immer stärker in Datenintegrationssoftware eingebunden.
- Immer kürzere Auswertungszyklen bis hin zu Anforderungen an eine Echtzeit-Bereitstellung von Daten im Data Warehouse erfordern neue Möglichkeiten ständig laufende Datenintegrationsprozesse zu realisieren. Um dieses leisten zu können integrieren ETL-Werkzeuge Methoden aus dem Bereich Enterprise Application Integration (EAI), um z.B. neue Daten im Vorsystem durch Message Queing Systeme übermitteln zu können. In diesem Zusammenhang steigt auch die Bedeutung von Web Services, die standardisierte Schnittstellen und Austauschformate bereitstellen.

Kategorie	Hersteller	Produktbezeichnung	www-Adresse
Reporting-Spezalisten	Actuate	e.Reporting Suite	www.actuate.com
	Information Builders	WebFOCUS	www.ibi.com
	Tonbeller	Qubon	www.tonbeller.com
Analyse-Spezialisten	Bissantz & Company	DeltaMiner	www.bissantz.de
	Comshare (Codec)	Decision	www.comshare.com
	Cubeware	Cockpit	www.cubeware.de
	Finsys	ValueMirror	www.finsys.ch
	MIK	MIK-ONE	www.mik.de
	ProClarity	Analytics Platform	www.proclarity.com
	Procos	STRAT&GO	www.procos.com
	Temtec	Executive Viewer	www.temtec.com
Produktsuiten mit Reporting-, Analyse- und weiteren Business Intelligence Funktionen	Brio Software	Intelligence	www.brio.de
	Business Objects	BusinessObjects	www.businessobjects.com
	Cognos	Series 7	www.cognos.com
	Crystal Decisions	Crystal Enterprise	www.crystaldecisions.com
	Hummingbird	BI/Suite	www.hummingbird.com
	Hyperion	Enterprise	www.hyperion.de
	MicroStrategy	MicrosStrategy7	www.microstrategy.com
	MIS	MIS Decisionware	www.mis.de

Abbildung 4: Werkzeuge für Reporting und Analyse

Data Warehouse und Datenaufbereitung

Sowohl Datenbankhersteller als auch Anbieter von betriebswirtschaftlicher Standardanwendungssoftware - wie beispielsweise die SAP - sehen im Data Warehousing einen wichtigen Teil ihres Lösungsangebotes. Der Markt wird daher zunehmend von den großen Softwareanbietern adressiert. Diese bieten in der Regel eine hybride Strategie zur Kombination von relationalen und multidimensionalen Datenbanken an. Zusätzlich existieren noch zahlreiche Anbieter von multidimensionalen Datenbanken, die vor allem für Data Marts in Fachabteilungen eingesetzt werden. Einen anderen Weg gehen Zusatzkomponenten für relationale Datenbanken (ROLAP-Engines) für die mehrdimensionale Aufbereitung der Daten und Kontrolle der des Datenflusses zwischen Anwendung und Datenbank. Die Komponenten nehmen die Abfragen der Anwenderwerkzeuge entgegen und steuern den Zugriff vieler Clients gegen das Data Warehouse. Bekanntestes Beispiel ist der Intelligence Server von MicroStrategy. Auch die SAP setzt mit seinem Business Information Warehouse Server auf ein Standard-RDBMS auf. Im Unterschied zu herkömmlichen ROLAP-Engines werden jedoch auch die Modellierung der Datenbank sowie die Datenintegration vollständig vom Anwender abgeschirmt und durch das Werkzeug vorgenommen.

Speicherkonzept	Hersteller	Relationale Datenbank	Multidimensionale Datenbank	WWW-Adresse
multidimensional	Applix	-	iTM1	www.applix.de
	Hyperion	-	Hyperion Essbase	www.hyperion.de
	MIK	-	MIK-OLAP	www.mik.de
	MIS	-	MIS Alea	www.mis.de
	Thinking Networks	-	b2brain	www.thinking-networks.com
hybrid	Microsoft	SQL Server 2000	SQL Server 2000 Analysis Services	www.microsoft.com
	IBM	DB2 UDB	DB2 OLAP Server	www.ibm.com
	Oracle	9i	Analytical Workbench (Express)	www.oracle.com
	SAS	SAS System	MDDB	www.sas.com
relational	NCR	Teradata	-	www.ncr.com
	SAP	diverse (z.B. Oracle, IBM, Microsoft)	(Einsatz der MS SQL Server Analysis Services momentan sehr restriktiv)	www.sap.de
	Sybase	Adaptive Server	-	www.sybase.com

Abbildung 3: Datenbanken zum Aufbau von Data Warehouses und Data Marts

Trends:

- Die Integration unterschiedlicher Speichertechnologien in den Datenbanken wird immer enger. So hat Oracle in seiner 9i nur noch eine Schnittstelle, um entweder auf die physisch multidimensionalen bzw. auf die relationalen Datenstrukturen zugreifen zu können. Weiterhin ist auch die Ablage von Objekten und XML-Dateien in der Datenbank möglich.
- Im Gegensatz zu relationalen Systemen setzen sich für multidimensionale Datenbanksysteme momentan erst standardisierte produktübergreifende Zugriffsstandards und Abfragesprachen durch. Die von Microsoft für seine multidimensionale Datenbank SQL Server Analysis Services definierte Schnittstelle OLE DB for OLAP (ODBO) und die Abfragesprache MDX (Multidimensional Expressions) etabliert sich dabei als Industriestandard analog zu ODBC und SQL.

Anwenderwerkzeuge

Für Darstellung und Analyse von Kennzahlen können nach ihrem Einsatzschwerpunkt fünf Hauptklassen von Werkzeugen unterschieden werden: individueller (Web-) Applikationsaufbau, Reporting, Analyse, Planung und Data Mining.

Die großen Anbieter von Anwenderwerkzeugen Brio, Business Objects, Cognos, Crystal Decisions, MicroStrategy, MIS oder Hyperion bieten mehrere Komponenten an, keiner jedoch eine vollständige Abdeckung des gesamten Spektrums. Die meisten Softwareanbieter adressieren nur ein oder zwei Bereiche, wobei ein Trend

Kategorie	Hersteller	Produkt	WWW-Adresse
Planungsplattform	Cognos	Planning	www.cognos.com
	Comshare/CODEC	MPC	www.comshare.com www.codec.de
	CUBUS	ABC für OLAP	www.cubus.com
	Frango	Advisor	www.frango.com
	Hyperion Solutions	Planning	www.hyperion.de
	Information Factory	IPE	www.information-factory.com
	MIS	Enterprise Planning	www.misag.com
	Oracle	Financial Analyzer	www.oracle.com
	Orenburg	Board M.I.T.	www.orenburg.com
	SAP	SEM BPS	www.sap.de
	Software4You	4Plan MD	www.software4you.com
	Thinking Networks	b2brain	www.thinking-networks.com
Standardwerkzeuge	Bank Austria Creditanstalt	BusinessPlanner	www.ba-ca.com
	BFB	CoPlanner	www.bfb.co.at
	CP Corporate Planning	Corporate Planner	www.corporate-planning.com
	MFB	Planning Consultant	www.mfb-online.de
	STP	Max! Consult	www.stp-online.de
	Winterheller Software	Professional Planner	www.professionalplanner.com

Abbildung 5: Planungswerkzeuge

zu einer immer vollständigeren Abdeckung erkennbar ist.

- **Individueller Applikationsaufbau**: Für den Aufbau von individuellen Management-Informationssystemen oder Portalen für den Zugriff auf Berichts-, Analyse oder Planungswerkzeuge werden Werkzeuge bereitgestellt, die eine einfache Entwicklung solcher Web-basierten Applikationen ermöglichen. Spezialanbieter in diesem Bereich sind Arcplan und Orenburg.
- **Berichtswesen**: Statische oder dynamische Darstellung von Kennzahlen, in der Regel tabellarisch und mit weitergehenden Möglichkeiten zur Formatierung und Berichtsverteilung. Neue Entwicklungen zielen unter anderem auf eine vollständig Web-basierte Abbildung des Berichtswesens und einer aktiven Verteilung von Reports an verschiedenste Ausgabemedien (Abbildung 4).
- **Ad-hoc Analyse**: Anzeige von Daten in einem mehrdimensionalen Modell, das schnelle Wechsel der Sicht auf die Daten durch den Anwender erlaubt. Eine Umsetzung kann innerhalb eines Excel-Tabellenblattes mit Datenbankverknüpfung, über ein eigenes Analysewerkzeug erfolgen (Abbildung 4).
- **Planung & Budgetierung**: Unterstützung von Planungs- und Budgetierungsprozessen sowie Bereitstellung von Planungswerkzeugen zur Datenverteilung, Forecasting und Simulation. Hier gibt es eine ganze Reihe von Spezialanbietern, da viele Business-Intelligence-Anbieter erst seit kurzem diese Aufgabenstellungen für ihr Portfolio entdeckt haben. Eine Unterteilung in Standardwerkzeuge für kleinere und mittlere Unternehmen und Plattformen für größere und komplexere Planungsszenarien hilft bei der Auswahl des passenden Werkzeuges (Abbildung 5).
- **Data Mining**: Komplexe und ungerichtete Analyse von Datenbeständen zur Entdeckung von Strukturen und Mustern durch Verfahren der Statistik, des maschinellen Lernens und der Künstlichen Intelligenz. Anbieter mit hohen Installationszahlen sind hier IBM, SAS und SPSS.

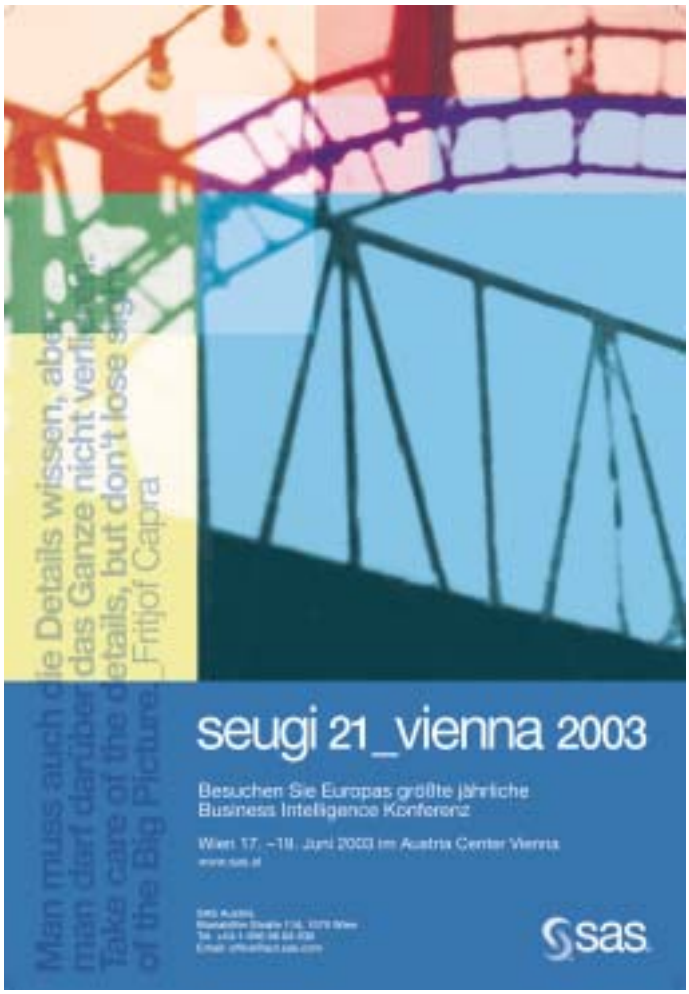
Marktentwicklung für Business Intelligence

2002 war ein äußerst verlustreiches Jahr für viele Softwareanbieter mit einer Ausnahme: das Segment der Business-Intelligence-Software zeigte sich überraschend stabil. Während vor allem CRM- und SCM-Anbieter massive Umsatzeinbußen zu verzeichnen hatten, konnten defizitäre Business-Intelligence-Anbieter wie MicroStrategy oder Informatica den Sprung in die Gewinnzone schaffen und etablierte Anbieter wie Cognos oder Hyperion Rekordergebnisse im letzten Quartal melden.

Fazit

Der Softwaremarkt für Business Intelligence ist bestimmt durch heterogene Anforderungen und Werkzeugangebote. Eine Klassifizierung in Infrastrukturfragen der Datenintegration und -speicherung sowie Anwendungswerkzeuge in ihren unterschiedlichen Funktionskategorien unterstützt eine erste Markteingrenzung zur Auswahl der individuell passenden Lösung.

Carsten Bange ist Geschäftsführer des Business Application Research Center (BARC)



Wachstumsmarkt Business Intelligence

Die IDC-Analystin Christina Steensboe erwartet für BI-Tools schnelleres Wachstum als für viele andere Software-Segmente, wenngleich frühere Wachstumsraten nicht mehr erreicht werden.

Andreas Roesler-Schmidt

Christina Steensboe ist Program Manager der European Software Group bei IDC in Kopenhagen und managt den Bereich Business Intelligence und Analytische Applikationen. Im Monitor-Interview verrät sie die wichtigsten Erkenntnisse aus ihrer Studie „Western Europe Business Intelligence Tools Forecast, 2003-2007".

Wie wird sich der Business Intelligence (BI) Markt in den nächsten Jahren entwickeln?

Wir erwarten dieses Jahr in Westeuropa einen Markt für Business Intelligence-Tools in der Größenordnung von 1,3 Milliarden Dollar (2002: 1,2 Mrd. USD). Der österreichische Markt für BI-Tools wird rund 23 Millionen Dollar (2002: 21 Mio. USD) schwer sein. Das enthält ausschließlich Einnahmen aus Software-Lizenzen und Wartung. In den nächsten fünf Jahren erwarten wir in Westeuropa ein Wachstum von 12 bis 13 Prozent. Steigerungsraten von 20-30 Prozent wie in den vergangenen Jahren werden wir nicht mehr sehen, aber das Wachstum ist immer noch höher als in anderen Software-Segmenten.

Was verhilft dem BI-Markt zum Wachstum?

Die Möglichkeit, bereits getätigte Investitionen besser auszunützen. Die meisten Unternehmen haben ohnehin eine Menge Daten in ihren Datenbanken und ERPs und CRMs „herumliegen". Die Unternehmen wollen mehr Vorteile aus dem ziehen, was sie bereits haben. Es hängt auch von der Art der BI-Tools ab: Query- und Reporting-Tools mit Web Oberflächen ermöglichen es vielen Leuten, BI zu nutzen, weil sie einfacher zu benützen sind. Diese Tools finden also eine breitere User-Basis. Data Mining findet seinen Weg in CRM- und SCM-Lösungen, weil Firmen dadurch Kundenverhalten besser voraussagen können.

Entwickelt sich BI weg vom reinen Controlling-Tool?

Am Anfang gab es vor allem Controlling-Anwendungen. Aber jetzt geht es zunehmend darum, neue Möglichkeiten und Entwicklungen zu erkennen. Business Intelligence wird breiter. Bisher wurde BI vor allem benützt, um in die Vergangenheit zu blicken. Jetzt schauen wir auch in die Zukunft.

Wird BI ein Thema für große Unternehmen bleiben?

Bisher setzen vor allem große Firmen Business Intelligence ein. Wenn wir Anbietern nach ihren neuen Kunden fragen, geht es meist immer noch um Großunternehmen. Aber wir sehen auch, dass die mittelständischen Unternehmen sich zunehmend dafür interessieren. Business Intelligence wandert langsam in diesen Sektor hinein. Bei der Aufgliederung von BI-Implementierungen nach Unternehmensgröße führen - wenig überraschend - immer noch die Großen. Aber es besteht auch bei Firmen in der Größenordnung von 100 Mitarbeitern zunehmendes Interesse.

Was müssen die Anbieter für diesen Markt tun?

Bisher haben die Hersteller sich nur um die großen Unternehmen gekümmert. Die meisten haben keine klare Strategie, um den Mittelstand anzusprechen. Es hängt auch mit der Reife von BI zusammen. ERP hat auch erst bei den Großen angefangen, bis einige der großen Anbieter Lösungen für den KMU-Bereich entwickelt haben. Sie haben bei BI bisher genug mit den Großen zu tun. Es war sozusagen noch nicht notwendig, die Kleineren zu adressieren. Aber es wird eine ähnliche Entwicklung geben. Abgesehen von den BI-Tools werden auch die analytischen Programme, die man leicht installieren und benützen kann, eine Rolle spielen. Ich denke, dass diese in vielen kleineren Firmen zum Einsatz kommen werden, weil sie keine großen internen IT-Ressourcen verlangen.

„Bisher haben die Hersteller sich nur um die großen Unternehmen gekümmert. Die meisten haben keine klare Strategie um den Mittelstand anzusprechen." - **Christina Steensboe**, Program Manager European Software Group, IDC

Was sind die größten Hindernisse?

Auch wenn viele gerade deswegen auf BI stoßen: Die wirtschaftliche Lage. Investitionsentscheidungen verlangsamen sich, da sie in der Unternehmenshierarchie nach oben wandern. Obwohl Business Intelligence zum Mainstream-Thema wird, besteht bei vielen Unternehmen noch ein Mangel an Verständnis, was es ist und was es bringt. Hier sollten die Anbieter unbedingt etwas unternehmen. Sie sollten ROI-Rechnungen vorlegen können, die nachweisen, dass der Einsatz von BI eine kluge Entscheidung ist. Sie müssen sich auch darauf konzentrieren, Lösungen für Probleme anzubieten statt einfach Tools zu verkaufen. ❑

Tool für CRM

CNT Management Consulting hat das CRM-Template „Mobile Aquisition" entwickelt

Für Unternehmen aus dem Bereich Engineering & Construction hat CNT ein auf mySAP CRM basierendes Template zur Projektverfolgung und zur Abdeckung der Kundenbedürfnisse vom Erkennen des Projektes bis hin zur Angebotsphase entwickelt. Das System soll den Vertrieb während der Pre-Sales-Phase unterstützen, um so optimal vorbereitete Angebote erstellen zu können.

Mit den im Back Office aufbereiteten Daten können dann verschiedene Auswertungen und Marktanalysen über Firmen, Branchen oder auch für Regionen durchgeführt werden. Weiters soll ein ausgefeiltes Berichtswesen dem Vertriebscontrolling Informationen über die Marktsituation, Potentiale und den Mitbewerb geben.

http://www.cnt-online.at

B O O M
Software

Konzentration auf Services und Solutions

Als eines der führenden österreichischen Softwareunternehmen konzentriert sich die BOOM Software AG auf zwei wesentliche Dienstleistungsbereiche: Software-Services und Software-Solutions. Zahlreiche renommierte Unternehmen (wie etwa BAWAG P.S.K. LEASING, ÖBB) vertrauen seit Jahren den innovativen Business-Lösungen von BOOM.

BOOM SOFTWARE-SERVICES

Die rasche und einfache Informationsgewinnung von Daten zur Unternehmenssteuerung steht im Mittelpunkt der BOOM Software-Services.
Basierend auf dem vielfältigen Erfahrungshintergrund in unterschiedlichsten Branchen werden Problemlösungen entwickelt, die exakt den Anforderungen der Kunden entsprechen.
BOOM **Business Intelligence**-Lösungen zielen vor allem darauf ab, sämtliche im Unternehmen vorhandene Daten zu strukturieren und somit nutzbar zu machen - flexibel und unabhängig von vorhandenen Softwaresystemen. In der Entwicklung von **Individual-Software** - eine der zentralen Stärken der BOOM Software AG - wird ebenfalls großer Wert auf individuelle Kundenbedürfnisse gelegt. Hohe Skalierbarkeit, einfache Installation, schulungsextensive Oberflächen und leicht administrierbare Systemumgebungen kennzeichnen die Individual-Software von BOOM.

BOOM SOFTWARE-SOLUTIONS

Geringer Customizing-Aufwand und flexible Schnittstellen charakterisieren die Softwarelösungen von BOOM. perFACT - eine innovative CMMS-Lösung (Computerized Maintenance Managment Software) - ermöglicht eine effiziente Steuerung der Lebenszykluskosten von Fahrzeugen, Liften, Seilbahnen, Straßenbahnen, Industrieanlagen u.v.m. Durch die enorme Skalierbarkeit eignet sich perFACT sowohl für Anwendungen mit einer geringen Anzahl zu wartender Objekte als auch für beachtliche Größenordnungen - so werden etwa 30.000 Fahrzeuge eines renommierten österreichischen Unternehmens mit Hilfe von perFACT gewartet.
Die Software-Solution supERP von BOOM schließt erstmals die Lücke zwischen sehr kleinen und überdimensionalen ERP-Lösungen. Auch supERP überzeugt bereits in der täglichen Praxis eines Industrieunternehmens - als flexibles und aussagekräftiges Produktionsplanungs- und -steuerungssystem.

www.boom.at, office@boom.at, BOOM Software AG, Hasendorfer Straße 96, A 8430 Leibnitz, T +43/3452/76216-0, F +43/3452/76216-15

Keine Intelligenz ohne Beratung

Stefan Gurszky, Country Manager Microsoft Business Solutions Österreich, spricht im Monitor-Interview über die Rolle von Consulting bei Business Intelligence und Anforderungen der Zielgruppe KMU.

Andreas Roesler-Schmidt

Wo liegen für Sie die größten Herausforderungen im Bereich Business Intelligence?
Das Wissen darüber an unsere Kunden - den Mittelstand - weiterzugeben. Das Verständnis für Business Intelligence zu wecken und zu sagen: Macht etwas mit den Daten, die ihr habt. Die Daten zu halten, sollte ja kein Selbstzweck sein, sondern es sollte Ziel sein, damit Entscheidungsgrundlagen zu gewinnen.

Spielt die Software-Wahl gegenüber der Beratung eine untergeordnete Rolle?
Die Software ist ein reines Tool. Die Intelligenz kommt aus dem Unternehmen, das sie einsetzt oder dem Unternehmen, das sie implementiert. Es gibt schließlich Spezialisten, die das besser können als die Firmen selbst. Das kostet natürlich wieder etwas. Aber ich sehe gerade im BI-Bereich die Software als reines Tool, das „einfach so" eingesetzt nichts bringt. Es bekommt erst durch die Implementierung die Intelligenz und Aussagekraft.

Arbeiten Sie also vorwiegend mit Beratern zusammen?
Eigentlich ausschließlich. Es bleibt immer die Frage, was soll das Unternehmen mit BI machen. Consultants helfen zu klären, wie man die Tools einsetzt, wie man Unternehmensdaten konsolidiert, wie das Unternehmen seinen OLAP-Würfel aufbaut.

Worin unterscheiden sich Ihre Konzepte von denen anderer Hersteller?
Aufgrund der Zielgruppe KMU legen wir darauf wert, dass die Tools sehr simpel zu bedienen sind. Sie sollen auch für einen einfachen Anwender durchschaubar bleiben. Wir setzen auch auf Kooperationen mit Unternehmen, die auf Microsoft-Technologie aufbauen. Nicht alles was wir anbieten ist 100% Microsoft. Es ist durchaus unser Konzept zu sagen: Machen wir nicht alles selbst.

Welche Strategien haben Sie, um BI im Mittelstand zu forcieren?
Wir wollen aufklärend wirken und propagieren, dass es BI jetzt auch in einer für den Mittelstand benutzbaren Form - das ist bisher das größte Hindernis - und auch zu für den Mittelstand leistbaren Kosten gibt. Die Herausforderung im ERP-Bereich ist es, bedienbare Lösungen zu machen.

Was ist bei der Einführung von BI besonders zu beachten?
Die Vorbereitung. Der Kunde muss wissen, warum will er BI überhaupt haben. Er muss sich im Klaren sein, was er in seinem Unternehmen damit überhaupt bezwecken möchte. Es ist sehr wichtig, mit externen Consultants zusammenzuarbeiten. Das ist ein komplexes Thema. Nicht von der Technologie, sondern vom betriebswirtschaftlichen Hintergrund her.

Was sind die häufigsten Probleme bei der BI-Einführung?
Es wird euphorisch angegangen. Danach herrscht eine „wir machen das selbst"-Mentalität. Das Ganze verstaubt dann in der Schublade. Das sind die Hauptsünden. Man kauft etwas und glaubt, man kann es selbst implementieren und wirft dann irgendwann entnervt das Handtuch. Gerade bei BI muss man auf Experten zurückgreifen. Viele fangen mit BI an und haben dann erst wieder hunderttausend Daten und wissen nicht was sie damit tun sollen. Man braucht die Hilfe von außen. Das Investment in die Software macht nur 20 Prozent aus.

Wie wird sich der Markt in Österreich entwickeln?
Die Nachfrage nimmt ein wenig zu. Aufgrund von Margendruck, Konkurrenzdruck und wirtschaftlicher Lage müssen die Leute schauen, wo sie noch optimieren können. Es wird kein Massenmarkt sein, aber es wird ein zunehmend interessanter Markt werden, der aber ein Nischenmarkt im ERP-Bereich bleiben wird. Es wird kein Boom-Markt und nicht den Hype-Status von CRM haben. Es wird ein Thema sein, das eine beschränkte Kundengruppe betrifft.

Haben die Daten in den Unternehmen ausreichende Qualität?
Moderne Software auf Datenbanktechnologie hat in der Regel die Unternehmensdaten in der notwendigen Qualität. Wenn nicht, kann man nachbessern. Das Problem ist die Vielzahl der Daten. Die Eingaben sollten richtig sein. Auch ohne BI verlassen sich Unternehmer auf Statistiken aus den Daten. Die Vielzahl der Daten ist das größere Problem. BI ist die Lösung, um daraus Informationen zu generieren und Entscheidungsprozesse in Gang zu setzen. Ein Tool, um die Datenmenge überschaubar darzustellen - das ist für mich BI.

Herzlichen Dank für dieses Gespräch!

„Der Kunde muss wissen, warum will er BI überhaupt haben. Er muss sich im Klaren sein, was er in seinem Unternehmen damit überhaupt bezwecken möchte." - **Stefan Gurszky**, Country Manager Microsoft Business Solutions Österreich

Enterprise Reporting

Microsoft Business Solutions möchte mit Analytics Enterprise Reporting die Controller entlasten.

Enterprise Reporting eignet sich für Unternehmen mit mehreren Tochterfirmen oder Standorten, ungefähr ab einer Größenordnung von fünf bis zehn selbstständigen Untereinheiten. Ab da wird das Reporting innerhalb der Unternehmensgruppe nämlich schwierig, besonders wenn die Töchter oder Standorte unterschiedliche Business-Lösungen verwenden.

Der Konzern-Controller steht vor der Aufgabe, regelmäßig die Kernzahlen aller Teilbereiche zu prüfen und einen finanziellen Überblick zu gewinnen. Wie sieht die Praxis aus? Meist liefern die Tochterfirmen eine Tabellenkalkulation mit langen Zahlenkolonnen. Das Ergebnis sind große, unübersichtliche Datenblätter, die oft undurchsichtige Verknüpfungen enthalten und zu Tipp- und Rechenfehlern samt Folgefehlern führen. Kommen dann auch noch mehrere Landesgesellschaften mit unterschiedlichen Währungen und Kontenplänen ins Spiel, lassen sich die Zahlen nur noch sehr mühsam konsolidieren und müssen meistens manuell nachgerechnet und ausgebessert werden.

Enterprise Reporting ist mit allen gängigen Business-Lösungen wie Axapta, Navision und SAP R/3 kompatibel und funktioniert wie eine Maske, die die Daten einheitlich darstellt. Verschiedene Buchhaltungsregeln wie IAS, US-GAAP, Generally Agreed Accounting Principles und HGB werden konsolidiert, ebenso unterschiedliche Währungen und Kontenpläne. Ein Controller gewinnt sehr rasch den Überblick über die Finanzdaten, erkennt sofort, welche Berichte noch ausständig sind, und kann auf Knopfdruck eine Mahnung an alle Säumigen senden.

http://www.microsoft.com/businesssolutions
http://www.navision.at.

Packerl für den Mittelstand

Markus Weigl, Leiter des Consulting für den Bereich Enterprise Management bei SAP, gibt im Interview Auskunft über Business Intelligence-Konzepte und Anreize für den Mittelstand, das Thema aufzugreifen.

Andreas Roesler-Schmidt

Welche Rolle spielt für Sie als Anbieter Business Intelligence?
BI wird immer mehr zu einer Plattform, auf der andere Anwendungen aufsetzen. BI hat sich aus dem Bereich Controlling, Kennzahlen-Anwendungen heraus entwickelt. Das ist nicht mehr der Fokus. Auch für SCM oder CRM ist Business Intelligence wesentlich. Operationale CRM-Systeme sind nur die halbe Miete. Die andere Hälfte ist analytisches CRM und da kommt BI ins Spiel. BI kann sich von der Zurückhaltung bei Investitionen ein wenig abkoppeln, weil gerade wegen des Drucks eine transparente Kosten/Leistungsbasis im Sinne von Kennzahlen den Unternehmen wichtig ist.

Was sind die größten Herausforderungen für die Anbieter?
Es geht in Richtung Gesamtlösungen mit analytischen Funktionen. Es geht darum, dass man nicht nur beim Kennzahlen-orientierten Darstellen stehen bleibt, sondern auch Zusatzprozesse integriert abbildet. Das geht in Richtung unternehmensweiter Planung und Management-Konsolidierung auf Basis der Daten im Data Warehouse, in Richtung moderner Management-Ansätze (Balanced Scorecard, Management Cockpit). Das in einer breiteren Masse zu vernünftigen Kosten/Nutzen-Verhältnissen in die Unternehmen hineinzutragen, ist die Herausforderung.

Wo hat SAP andere Konzepte als die Mitbewerber?
Andere Hersteller gehen das Thema mit Desktop-OLAP-Lösungen an. Die implementieren ein Produkt auf dem PC und können die Daten flexibel greifen. Für eine Demo ist das schön, für wirklich integrierte Lösungen ist das zu kurz gefasst. Manche Tools haben einen starken Desktop-Fokus für kleine dezentrale Anwendungen. Das geht sehr stark von der ursprünglichen Zielrichtung weg. Andere Anbieter kommen eher aus der technischen Perspektive. Hier unterscheiden wir uns durch Business Content. Das bedeutet vorgefertigte betriebswirtschaftliche Anwendungen, die 1:1 verwendet und angepasst werden können. Ein Vorteil daraus ist der Know-how Transfer. Im Business Information Warehouse sind schon viele analytische Anwendungen vordefiniert. Man kann mit der typischen 80:20 Regel auf einer Basis aufsetzen. Bei anderen muss man sich das erst aufbauen. Die Desktop-Tools haben in der Datenmenge ihre Schwächen, die technisch orientierten Anbieter können nicht soviel abdecken wie SAP mit dem Business Content.

Bleibt BI ein Thema für größere Unternehmen?
Ein kleines Unternehmen, das ohnehin nur ein ERP-System hat, hat eine bessere Ausgangsposition, weil es eine Datenbasis hat, bei der man auch schnell die relevanten Kennzahlen rausziehen kann. Bei größeren Unternehmen, die meist verschiedene Systeme einsetzen, herrscht eine größere Intransparenz. Die sind eher bereit in das Thema BI zu investieren.

Versuchen Sie, das BI im Mittelstand forcieren?
Es hängt sehr stark von der jeweiligen Situation ab. Es gibt mittelständische Unternehmen, die aufgrund ihres Wachstums plötzlich das Geschäft nicht mehr steuern können. Um denen einen leichteren Einstieg in das Thema zu ermöglichen, haben wir das Business Intelligence Jump-Start Paket kreiert. Unternehmen können aus vier Szenarien eines auswählen. Damit können Unternehmen BI bei überschaubaren Kosten (Festpreis 19800 Euro) drei Monate lang mit ihren eigenen Daten evaluieren. Das bietet dem Mittelstand auch Investitionsschutz.

Was sollten Unternehmen bei der BI-Einführung beachten?
Die Beteiligung der Fachabteilungen bei der Spezifizierung der Anforderungen kann man gar nicht hoch genug einschätzen. Man darf den Projektablauf nicht so sequentiell sehen wie bei einer ERP-Einführung. Das heißt nicht, dass man es einfach mal angeht und schaut was passiert. Man muss aber 2-3 Zyklen definieren und dennoch straffes Projektmanagement sicherstellen. Das ist nicht einfach für Unternehmen. Die gehen entweder aus der ERP-Erfahrung strikt sequentiell vor oder völlig unstrukturiert.

Herzlichen Dank für das Gespräch.

„Es geht in Richtung Gesamtlösungen mit analytischen Funktionen. Es geht darum, dass man nicht nur beim Kennzahlen-orientierten Darstellen stehen bleibt, sondern auch Zusatzprozesse integriert abbildet." - **Markus Weigl,** Leiter des Consulting für den Bereich Enterprise Management bei SAP

CRM-Readiness-Assessment

Eine wichtige Voraussetzung für ein erfolgreiches CRM-System ist, alle relevanten Organisationseinheiten für CRM zu begeistern

CRM-Readiness-Assessment unterstützt Unternehmen dabei, gezielt die Voraussetzungen für erfolgreiches CRM im Unternehmen zu optimieren: Schwachstellen der Organisation werden identifiziert und die unterschiedlichen Erwartungen und Zielsetzungen der Teilorganisationen „visionsgerecht" harmonisiert, so dass im Verlauf der Einführung und Umsetzung alle an einem Strang ziehen.

Aufbau und Gestaltung der CRM-Aktivitäten, die „Einphasung" neuer CRM-Prozesse und die Messbarkeit des Themenkomplexes gestalten sich umso erfolgreicher,

- je präziser und motivierender die CRM-Vision formuliert und je transparenter sie kommuniziert ist,
- je CRM-gerechter insbesondere die Marketing- und Vertriebs- und Service-Prozesse strukturiert sind und
- je größer die „overall organizational Readiness" ist.

Um den jeweiligen CRM-Status von Unternehmen umfassend und effizient erheben und gezielt optimieren zu können, hat Netragon einen e-mail-basierten Fragebogen entwickelt, mit dem die genannten kritischen Faktoren unternehmensspezifisch abgefragt werden.

Ergebnis sind statistisch signifikante Werte, anhand derer die CRM-Readiness bestimmt und die kritischen Bereiche identifiziert werden. Deren gezielte Adressierung mit den richtigen Maßnahmen entscheidet nicht nur über den Erfolg eines CRM-Projekts generell, sondern auch für die Schnelligkeit seines Eintretens. Auf Basis der Assessment-Ergebnisse kann Netragon hierfür die entsprechenden Empfehlungen bezüglich der notwendigen und sinnvollen Maßnahmen in den Bereichen Change Management, Trainings- und Schulungs-Maßnahmen und Prioritäten bei der Software-Auswahl und -Implementierung aussprechen.

http://www.netragon.com

ERP und/oder CRM?

ERP-System mit integriertem CRM-Modul oder gesondertes CRM-System? Was spricht dafür, was dagegen? MONITOR bat Peter Tinnacher vom ERP-Anbieter proALPHA Software Austria GmbH und Thomas Deutschmann, vom CRM-Spezialisten update software AG um ein Statement zu dieser Fragestellung.

„Regelmäßig hört man von gescheiterten CRM-Projekten in mittelständischen Handels- und Produktionsunternehmen. Der übliche Grund: Die notwendige Integrationstiefe spezieller Softwarepakete in vorhandene ERP-Systeme wurde nicht erreicht oder die Anpassungskosten liefen vollständig aus dem Ruder. Wir gehen mit proALPHA einen anderen Weg: Alle CRM-Funktionen werden in den Modulen unserer ERP-Lösung abgebildet statt in einem speziellen, separaten System.

Customer Relationship Management (CRM) heißt nichts anderes als Kundenbeziehungen nachhaltig zu optimieren. Diese Beziehungen zwischen den Unternehmen und deren Kunden sind in der Regel vielfältiger, als es auf den ersten Blick erscheint. Von der Kundenansprache auf verschiedenen Wegen (Telefon, Mails, Messen), auf verschiedenen Ebenen (Sachbearbeiter bis Vorstand) und in verschiedenen Funktionen von der Auftragsabwicklung bis zur Rechnungsstellung und Nachbetreuung ergeben sich viele verschiedene Daten. Alle haben direkt mit dem Kunden zu tun und sind unter CRM-Aspekten relevant.

Dementsprechend umfangreiche Unterstützung müssen die eingesetzten Technologien bieten. Spezielle Softwaremodule können die Unterstützung jedoch nicht leisten, weil ihnen die Online-Verbindung zu allen anderen Kontaktstellen zwischen Kunden und Unternehmen fehlen. In proALPHA werden alle CRM-Funktionalitäten in die vollintegrierte Lösung eingebettet. Ein gesondertes CRM-System lässt sich meiner Meinung nach nur mit sehr hohem Aufwand anbinden, nutzen und warten."

Peter Tinnacher, Geschäftsführer des ERP-Anbieters ProALPHA Software Austria GmbH

„Die Frage ERP mit integriertem CRM versus ERP plus CRM beschäftigt eine Vielzahl unserer Kunden und lässt sich eigentlich zu der Frage ‚integrierte versus integrierbare Systeme' abstrahieren. Die Antwort muss ganzheitlich, das heißt aus strategischen, kaufmännischen und technischen Gesichtspunkten gegeben werden.

Strategisch betrachtet kann man davon ausgehen, dass die Menge von Informationen im Unternehmen, die elektronisch gespeichert werden, ständig weiter steigt und ebenso der Bedarf, Prozesse, die diese Informationen benötigen, durch Informationstechnologie abzubilden. Deshalb greift die Frage der Wechselwirkung zwischen ERP und CRM zu kurz. Warum keine integrierten Systeme SCM (Supply Chain Management) mit CRM, warum nicht DMS (Document Management Systeme) mit CRM, warum nicht Portale mit CRM und so weiter. ERP und CRM zu einem System zu verschmelzen deckt nur einen Bruchteil des Integrationsbedarfs im Unternehmen. Man würde daher mit einem integrierten CRM/ERP System lediglich einen kleinen Aspekt des Integrationsbedarfs abdecken und dies mit einem (zu) hohen Preis an Inflexibilität bezahlen. Die Zielsetzung der IT Strategie muss aber sein, gleichzeitig ein Maximum an Flexibilität und Integrierbarkeit zu erzielen. Deshalb sollten Unternehmen, die sich mit dieser Frage beschäftigen, primär auf die Offenheit der Systeme, auf die Einhaltung von Standards bei Schnittstellen und vor allem den zu antizipierenden Aufwand der Integration achten. Integrierte Systeme bieten nur kurzfristig und vermeintlich Vorteile, strategisch betrachtet sind sie keine Option.

Insgesamt muss festgestellt werden, dass sowohl unter strategischen wie auch unter kaufmännischen und technischen Gesichtspunkten eine CRM Lösung, die bereits in eine ERP Lösung integriert ist, gegenüber unabhängigen Systemen mit intelligenten Schnittstellen deutliche Nachteile aufweist."

Thomas Deutschmann, CEO des CRM-Anbieters update software AG

Business Intelligence Developer Kit

Nach dem Motto: „Das Rad nicht neu erfinden" bietet MicroStrategy mit dem Business Intelligence Developer Kit ab sofort verschiedene, sogenannte Starter Kits aus den Bereichen Customer Analysis, Sales Analysis, Financial Reporting Analysis und Web Traffic Analysis an.

Im Gegensatz zu vielen anderen, vorgefertigten Modulen auf dem Markt lässt sich das Business Intelligence Developer Kit von MicroStrategy auf bereits existierenden Data Warehouses und ETL-Prozesse einsetzen. Die Anwendungen sind individuell anpassbar, modular und erweiterbar. Unternehmen soll damit eine kostengünstige Möglichkeit geboten werden, um praxiserprobte Berichte und Analysen ohne großen Aufwand einsetzen zu können.

Die Analytischen Module werden in einem 4-Punkte-Plan an das eigene Data Warehouse gepasst:

- Gap Analyse: Die Unterschiede zwischen Modulszenario und eigenem Data Warehouse werden ermittelt und dokumentiert
- Anpassung: Mit dem MicroStrategy Architect und der Referenzdokumentation wird das vorgefertigte Datenmodell an das eigene angepasst.
- Fertige Berichte für MicroStrategy Desktop oder Web-Oberflächen können in die eigene Infrastruktur eingebunden werden.
- Erweiterung: Mit dem MicroStrategy Architect und dem Desktop Designer lassen sich neue Metriken und Berichte anlegen und neue Analysebereiche definieren.

Die Erstellung eigener Projekte wird durch eine Schritt-für-Schritt-Methodik erheblich vereinfacht. Auf diese Weise können die vorgefertigten Module sehr einfach und transparent mit dem eigenen Data Warehouse verknüpft werden.

Abgerundet wird das Business Intelligence Developer Kit durch eine Palette an Werkzeugen, die eine zielgerichtete Anpassung aller Anwendungen ermöglichen:

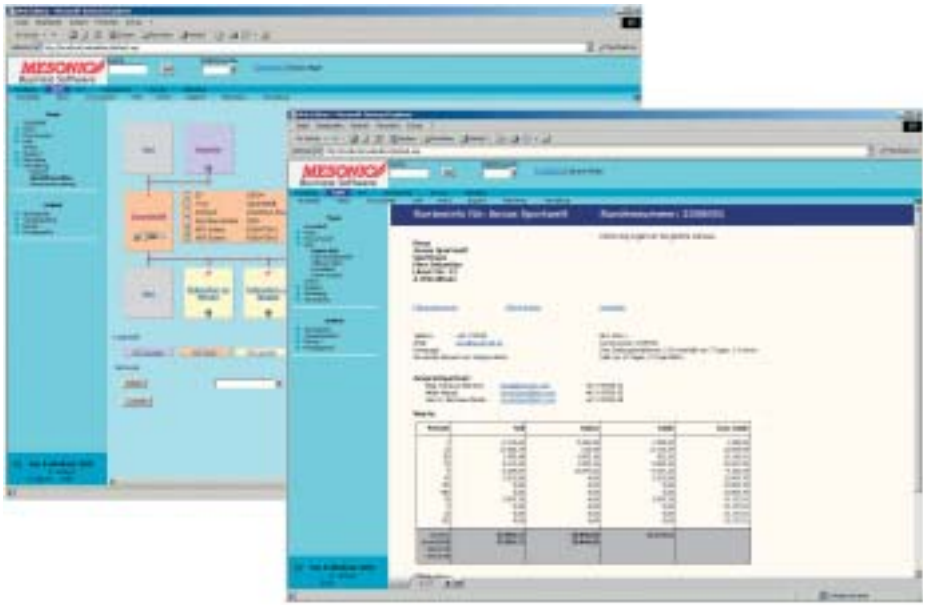
- Der MicroStrategy Desktop Developer erlaubt die Anpassung, Erweiterung und Bereitstellung von Analysen im gesamten Unternehmen
- Der MicroStrategy Architect stellt Werkzeuge für den Abgleich analytischer Module mit dem bereits existierenden Data Warehouse bereit.

Das MicroStrategy Business Intelligence Developer Kit bietet ein

http://www.microstrategy.at

Kundenbindung total - mit der CRM Lösung von MESONIC

Eine gute Kundenbetreuung bedeutet, seine Geschäftspartner so weit wie möglich in die internen Geschäftsprozesse einzubinden.



Wichtigste Anforderungen sind dabei die Verbesserung des Online-Kundenmanagements, die Einrichtung eines Call Centers für Kundenanfragen sowie die Unterstützung des Vertriebs. Alles Bereiche, auf die MESONIC bei der Entwicklung des WINLine® WEB CRM den Fokus angelegt hat.

Mit dem WINLine® WEB CRM stehen den Unternehmen alle wichtigen Kunden-, Produkt- und Marktdaten zur Verfügung. Jederzeit Informationen über die Bedürfnisse, Ansprüche und Interessen von potentiellen Kunden zu haben - ein Wettbewerbsvorteil, der zur Zufriedenheit des Kunden führt.

Überblick der Funktionen

Als wichtigste Funktion verfügt das WINLine® WEB CRM über ein umfangreiches Auskunftssystem. Aktuelle Informationen aus Warenwirtschaft und Buchhaltung werden direkt im Internet dargestellt. So kann sich der Kunde seine Umsätze, Offene Posten, Preisauskünfte oder offene Bestellungen direkt im Internet ansehen, Angebote selber konfigurieren, der Außendienstmitarbeiter kann überall und jederzeit Infos über seine Kunden, Interessenten und Projekte abfragen. Weitere wichtige Funktionen des WINLine® WEB CRM sind die Service-, Support- und Call Center-Lösungen für das Intranet und Internet. Hotline Support oder jede andere Form des Kundendienstes kann damit über das Internet abgewickelt werden.

Speziell für Marketing Aufgaben können Kontakte von Kunden, Lieferanten und Interessenten, die in der WINLine® erfasst wurden, ganz einfach über das Internet abgerufen und verwaltet werden. Über komfortable und vielseitige Suchfunktionen können verschiedenste Aktionslisten definiert und gespeichert werden, wobei diese Aktionen auch automatisch im integrierten Archiv gespeichert werden können.

Das System gibt eigenen Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und Interessenten Zugriff und sorgt über eine komplexe Zutrittssteuerung für eine hierarchisch strukturierte Freigabe und für die Sicherheit der sensiblen Daten. Ein großer Vorteil des WINLine® WEB CRM ist die volle Integration in das ERP-System WINLine®.

MESONIC Business Software

MESONIC Datenverarbeitung GmbH
Herzog Friedrich-Platz 1,
3001 Mauerbach
+43-1-970-30-0, +43-1-970-30-75
info@mesonic.com, www.mesonic.com

Intelligence Architecture

SAS präsentiert neue Software-Suite SAS 9.1: Business Intelligence für Entscheider auf allen Ebenen

SAS hat auf seiner diesjährigen internationalen Anwenderkonferenz SUGI die neue Software-Suite SAS 9.1 vorgestellt. Sie enthält eine Reihe neuer und erweiterter Business Intelligence-Anwendungen, die exakt auf die jeweiligen Aufgaben, Fähigkeiten und Bedürfnisse der unterschiedlichen Nutzergruppen im Unternehmen zugeschnitten sind: Mitarbeiter, die lediglich Informationen abrufen, Experten aus den Fachbereichen, Führungskräfte oder IT-Spezialisten.

Zu den neuen Anwendungen zählen SAS Web Report Studio, SAS Report Studio und SAS Office Integration. Sie sind Bestandteile des SAS Business Intelligence Server und ermöglichen den komfortablen Zugriff auf die SAS Lösungen für Datenanalyse und Reporting. Hilfsprogramme führen den Benutzer am Desktop Schritt für Schritt durch die Funktionen zum Erstellen von Reports.

Mit SAS Office Integration lassen sich Analysen außerdem in Microsoft Office-Anwendungen wie Word und Excel integrieren.

SAS 9.1 unterstützt in weit stärkerem Maße als bisher Mehr-Prozessor-Architekturen („multi-threading"). Je nach Prozess- und Rahmenbedingungen können damit erhebliche Performance-Verbesserungen erzielt werden.

„Ganz gleich, ob ein Unternehmen analytische Anwendungen selbst aufbauen oder im Paket kaufen möchte - das breite Portfolio an BI-Lösungen von SAS liefert alle notwendigen Komponenten, die Entscheider, Analysten und Wissensarbeiter auf allen Ebenen des Unternehmens benötigen", erläutert dazu Dan Vesset, Analyse- und Data Warehousing-Spezialist bei IDC.

„Unser Ziel ist es, Informationen noch weiter im Unternehmen zu verbreiten. Wir wollen noch mehr Beschäftigte als bisher in die Lage versetzen, fundierte geschäftliche Entscheidungen zu treffen", so Jim Goodnight, President und CEO von SAS.

SAS 9.1 wird ab dem vierten Quartal 2003 zunächst schrittweise an die „Early Adopters" unter den SAS Kunden ausgeliefert.

http://www.sas.at

Die Firmenzentrale im steirischen Leibnitz

BOOM SOFTWARE AG - All Business is Intelligence...

BI-Lösungen zählen seit der Gründung der BOOM Software AG im Jahr 1995 zu den Spezialgebieten des Unternehmens mit Hauptsitz in Leibnitz (Stmk).

Der Gründer und CEO Joachim Schnedlitz hat schon frühzeitig die Bedeutung der Thematik erkannt, einheitliche Techniken zu entwickeln, die der Informationsspeicherung, -verwaltung und -analyse von im Unternehmen vorhandenen Daten dienen. Darüber hinaus finden in BOOM-BI-Lösungen auch diejenigen Prozesse Eingang, die bei der Nutzung der Informationen zur Entscheidungsfindung ablaufen.

BOOM kooperiert seit Jahren mit Cognos - dem weltweit größten Anbieter von BI-Systemen - und zählt als „Microsoft Gold Certified Partner for Business Intelligence" zur Elite der Microsoft-Geschäftspartner - Beweis genug für die konstant hohe Qualität der Softwareentwicklungen.

Im Bereich Business Intelligence werden Softwareentwicklungen in folgenden Themenkomplexen angeboten:

- Data Warehouse
- OLAP
- Planung
- Balanced Score Card
- Data Mining
- Customer Relationship Management

Ein Auszug aus der BI-Referenzliste der BOOM Software AG:

Teich AG
Für den internationalen Anbieter flexibler Verpackungsstoffe bestand die Aufgabe darin, den Planungsprozess für alle Konzernunternehmen zu vereinheitlichen und über Web-Technologien zu realisieren. Von BOOM wurde mittels .NET/ASP/DHTML ein Planungswerkzeug im Inter-/Intranet entwickelt, das als webbasierende Software keinen Installationsaufwand verlangt und hohe Flexibilität (Einbindung neuer Anwender etc.) bietet. Cognos-BI-Tools erlauben multidimensionales Analysieren der Planungsdaten und somit eine Entlastung des Controlling.

STEWEAG-STEG GmbH
Aus der Fusion der beiden Energieversorgungsunternehmen entstand nicht nur die Notwendigkeit, zwei Reportingsysteme zusammenzuführen, sondern letztendlich ein unternehmensweites Projekt „Reporting Data Warehouse". Auch dieses aus Harmonisierungssicht äußerst anspruchsvolle Projekt wurde den Software-Experten der BOOM anvertraut. Auf MS SQL- und Cognos-Basis wurde ein Analyse- und Reportingsystem entwickelt, das sämtliche Schnittstellenproblematiken optimal löst und von den verschiedensten Abteilungen genutzt wird.

Magistrat Graz
Für den Magistrat Graz wurde in Zusammenarbeit mit der Abteilung Informationsmanagement und dem Amt für Statistik, Wahlen und Einwohnerwesen ein zentrales Data Warehouse entwickelt, welches als Basis für die Beantwortung sämtlicher statistischer Anfragen verschiedenster Magistratsabteilungen dient und den Endusern die Möglichkeit bietet, ihre statistischen Anfragen selbst abzuwickeln. Darüber hinaus bildet es die Grundlage für die Erstellung des „Statistischen Jahrbuches Graz"

Firmengruppe Kastner
Für die Standorte der Firmengruppe Kastner wurde - aufbauend auf einem Warenbewirtschaftungssystem - ein einheitliches Berichtswesen und Informationssystem entwickelt, welches sowohl die Möglichkeit von periodischen Standardauswertungen als auch von anlassbezogenen Ad-hoc-Analysen bietet. Die verwendete Technik: Cognos PowerPlay und Impromptu.

Joachim Schnedlitz, CEO Boom Software AG

Weiterer BI-Referenzprojekte
BAU HOLDING STRABAG AG, SEZ AG, Pinguin Haustechnik Gruppe, Sony Music Entertainment (Germany) GmbH & Co. KG, Trodat GmbH, Wolford AG

Weitere Dienstleistungen der BOOM Software AG

Individual Software: Lösung von unternehmensspezifischen Aufgabenstellungen

Software-Lösungen:

- **supERP**: industrieerprobte ERP-Lösung (Referenz: Assmann Ladenbau Leibnitz GmbH)
- **perFACT**: industrieerprobte Lösung zum Thema Life Cycle Cost-Management (Referenz: ÖBB TS)

BOOM Software

BOOM Software AG
Hasendorfer Straße 96, A 8430 Leibnitz
T +43/3452/76216-0, F +43/3452/76216-15
office@boom.at
www.boom.at

CRM bei der BEWAG

Siemens Business Services implementiert mySAP CRM beim burgenländischen Energieversorger BEWAG.

Die BEWAG beauftragte Siemens Business Services mit der Implementierung von mySAP CRM. Das SAP-Modul für Customer Relationship Management musste innerhalb kürzester Zeit in die existierende IT-Umwelt, bestehend aus SAP R/3, BW sowie dem Abrechnungssystem IS-U der BEWAG integriert werden.

Die Lösung für etwa 150 AnwenderInnen wird seit Ende letzten Jahres erfolgreich eingesetzt. Derzeit arbeitet Siemens Business Services für die BEWAG an internet-basierten Anwendungen. Damit könnten BEWAG-Kunden in Zukunft zeit- und ortsunabhängig ihren Energieverbrauch selbst ablesen oder sich ihre Rechnungen online anzeigen lassen.

Besseres Kundenservice

Die neue Lösung sorgt für noch besseren Service bei der Bearbeitung der etwa 150.000 jährlichen Kundenanfragen. Zentraler Punkt der Lösung ist ein Customer Interaction Center (CIC), das alle verfügbaren Kundeninformationen aus den dahinter liegenden Systemen zusammenführt und zentral zur Verfügung stellt.

Damit können Dokumente wie zum Beispiel Verträge erzeugt und automatisch mit Daten befüllt werden. Integriert in die Funktionalitäten des CIC ist außerdem ein so genanntes Customer Fact Sheet. Das ist ein „intelligentes" elektronisches Formular, das alle relevanten Informationen über einen Kunden aus den dahinter liegenden Systemen zusammenfasst und auf einen Blick am Bildschirm des Kundenbetreuers oder der Kundenbetreuerin dargestellt.

Alle Kundenaktivitäten im CIC werden von den MitarbeiterInnen in dem neuen Tool protokolliert, um Kundenanfragen lückenlos nachvollziehen zu können. Zusätzlich steht den KundenbetreuerInnen der BEWAG ein Aufgabenmanagement zur Verfügung, mit dessen Hilfe Workflows für kundenspezifische Aufgaben angestoßen werden können. Darüber hinaus steht in der Lösung ein Modul für Marketing- und Kampagnenmanagement zur Verfügung. Damit können aus allen Kundendaten nach verschiedensten Merkmalen selektiert und verschiedenste Marketingmaßnahmen wie etwa Mailings, Briefe oder Serienbriefe geplant und durchgeführt werden.

Die Leistungen von Siemens Business Services umfassen das Projekt Management, Situationsanalyse und Consulting, Konfiguration und Customizing von mySAP CRM sowie Roll-out der Lösung und Training der AnwenderInnen. Die neue State-of-the-Art Anwendung für Customer Relationship Management hilft der BEWAG, ihre Position am liberalisierten Energiemarkt zu stärken, indem sie ein noch effektiveres Kundenservice und ein einheitliches Auftreten gegenüber den Kunden - „one face to the customer" - ermöglicht. Zusätzlich lassen sich durch eine genaue Zielgruppenselektion Kosten effizienter planen.

Siemens Business Services als CRM-Partner

IT-Dienstleistungsanbieter Siemens Business Services beschäftigt derzeit 1.250 MitarbeiterInnen. Das Angebot erstreckt sich über alle Elemente der IT-Dienstleistungskette Consult-Design-Build-Operate-Maintain.

Im Bereich Customer Relationship Management kombiniert Siemens Business Services ein umfangreiches Dienstleistungsangebot mit weltweit führenden Best-in-class-Produkten zu umfassenden Marketing- und Vertriebslösungen. Dabei unterstützt Siemens Business Services seine Kunden als Partner bei der Umsetzung einer CRM-Strategie - von der Beratung über das Lösungsdesign und die Implementierung bis hin zum Roll-out und der Einführung in die Organisation.

http://www.sbs.at

Browser-basierte BI-Komplettlösung

Cognos hat Version 2 der BI-Plattform Cognos Series 7 vorgestellt.

Cognos Series 7 Version 2 zeichnet sich durch die Erweiterung der BI-Module für multidimensionale Analyse und Reporting (PowerPlay Web und Impromptu Web Reports) und um neue Web-basierte Funktionen in den Bereichen Reporting und Analyse aus.

Darüber hinaus bietet die Version 2 weitere Möglichkeiten zur Trendanalyse, eine intuitive Benutzerführung bei der Überwachung der Geschäftsaktivitäten sowie Verarbeitung großer geschäftkritischer Datenvolumina. Diese neue Version ist rein Internet-basiert (Zero Footprint) und macht das Downloaden von Plug-ins oder Applets überflüssig.

Die Lösung umfasst integrierte Module für Standard- und Ad-hoc-Reporting, Analyse, Scorecarding, Datenabfrage und -integration sowie ein Monitoring-/ Frühwarnsystem.

Zu den neuen Funktionen von Cognos Series 7 Version 2 zählen unter anderem die Fähigkeit, Prognosen zu erstellen. Basierend auf historischen Performance-Daten können die Anwender damit nicht nur die Vergangenheit verstehen, sondern auch Zukunftschancen und Erfolgspotenziale abschätzen. Darüber hinaus können neue Benachrichtigungsfunktionen Ereignisse und Aktionen in Datenbanken auslösen und bei auftauchenden Problemen, die sich als Trends abzeichnen, erhalten die Anwender eine Warnung .

Mit Cognos Series 7 Version 2 lässt sich der Management-Zyklus komplett abbilden und schließen, so dass die Anwender Geschäftsaktivitäten effektiver überwachen können. http://www.cognos.at

CRM Roadmap mit System

Nach unterschiedlichen Studien werden bis zu 70% aller CRM Projekte nicht erfolgreich abgeschlossen. T-Systems ermöglicht dem Kunden ein strukturiertes Vorgehen, um die Strategie im Tagesgeschäft umzusetzen.

T-Systems hat aus zahlreichen CRM Projekten ein Vorgehensmodell entwickelt, das angepasst an die Anforderungen des Kunden nachhaltig zum Projekterfolg beiträgt.

In der Vorphase wird in einem Topmanagement-Workshop die bestehende Strategie hinsichtlich CRM überprüft und eine CRM Roadmap entwickelt. Damit werden die Ziele und Meilensteine vordefiniert.

Im nächsten Schritt wird anhand eines standardisierten Fragenbogens der CRM Reifegrad und der Handlungsbedarf gemessen. Die Gewichtung basiert auf der definierten Strategie und Roadmap des Kunden.

Anschließend werden mit dem Kunden gemeinsam die notwendigen Maßnahmen (Adaptierung der Geschäftsprozesse oder Marketing, CRM Software Unterstützung) abgeleitet.Die definierte Roadmap und der erhobene Handlungsbedarf ermöglichen eine darauf basierende Auswahl der geeigneten CRM Software, die rasche Umsetzung von Quick Wins möglich macht. Die Vorphase wird mit einem Business Case (Berechnung ROI) und Projektplan für die Implementierung abgeschlossen. Nun hat der Kunden eine fundierte Grundlage für die Implementierung.

Die erfolgte Zieldefinition und Priorisierung in der Vorphase ermöglichen einen effizienten Ressourceneinsatz bei der Umsetzung. Detaillierte Anforderungen und Quick Wins führen zu einer raschen Umsetzung der gewünschten Ziele und damit zu einem erfolgreichen CRM Projekt. Projekt- und Change Management in allen Projektphasen runden die Gesamtbetreuung bei CRM Vorhaben ab.

Informationen: Mag. ***Wolfram Bürgel****, Consultant Systems Integration & Project Services T-Systems Austria, Wolfram.buergel@t-systems.at, Tel.: 057 057 DW 4037*

OLAP-Komplettlösung Cubeware Analysesystem

Cubeware präsentiert die neue Version 3.0 seines Analysesystems und den OLE DB Provider für SAP.

Die weit verbreitete Lösung möchte mittelständischen Unternehmen ebenso wie Fachabteilungen von Konzernen ein aussagekräftiges und transparentes Berichtswesen sowie ein fundiertes Controllingsystem bieten.

In der Version 3.0 bietet besonders das Frontend Cubeware Cockpit neue praxisorientierte Funktionen wie „Client Rule-Funktionen", „Splashing", „Drill-Through" und „ABC-Analyse". Über 70 „Client Rule-Funktionen" ermöglichen Power Usern die Erstellung komplexer Berichte ohne Änderung des OLAP-Datenmodells. Durch „Splashing" lassen sich Simulationen auf verdichteter Ebene durchführen, zum Beispiel für den groben Planungsentwurf, der dann anschließend verfeinert werden kann. „Drill-Through" bietet den direkten Zugriff auf die Daten operativer Vorsysteme bis hin zu Detailinformationen wie einzelne Belege oder Stammdaten. Mit der „ABC-Analyse" steht ein wichtiger betriebswirtschaftlicher Standardbericht in Form von Tabelle und Grafik zur Verfügung, dessen Erstellung sonst mit einem erheblichen Erstellungsaufwand verbunden ist.

http://www.cubeware.de

Der richtige Partner von Analyse bis Support

Österreichs mittelständische Unternehmer setzen immer mehr auf die standardisierte Business Software Navision. Wer ist der passende Partner für Analyse und Beratung, für Training und Support bei Einführung, Wartung oder Umstieg auf diese Software?

Eine gute Unternehmenslösung (ERP), die die Geschäftsabläufe eines Unternehmens optimal abbildet und unterstützt, kann Kosten sparen und zu zusätzlichen Umsätzen beitragen, durch wirksameres Controlling, effizientes Supply Chain Management oder mit durchdachten CRM Lösungen.

Ein starker Lösungspartner hilft den Kunden, ihre spezifischen und aktuellen Ziele mit der bewährten integrierten Standard-Software Navision von Microsoft Business Solutions (MBS) zu erreichen. Fragt man Entscheider in Unternehmen nach ihren Wünschen und Anforderungen an einen idealen Lösungspartner dann fallen Begriffe wie: rasche Verfügbarkeit, kurze Reaktionszeit, Flexibilität, Termintreue, konsequentes Vorgehen nach einem gemeinsam erarbeiteten Plan.

Wirft man einen Blick ins Büro von INISYS, einem Software-Consulting Unternehmen, das von Neulengbach aus europaweit tätig ist, fällt sofort auf, dass die Mitarbeiter für Kundenanrufe sofort zur Verfügung stehen und beratungsintensiv auf die Analyse des jeweiligen Kundenproblems und dessen optimale Lösung zusteuern. „Wir setzen auf die intensive Verbindung zu unseren Kunden und auf absolute Transparenz in unserer Zusammenarbeit", erklärt der INISYS-Gründer und Chef Ing. Hans Gastmayr. Analysestärke und lösungsorientierte Beratungskompetenz werden ergänzt durch Ideenkraft und praktischen Erfindergeist. Mit QlikView, einem der modernsten Tools im Bereich Datenanalyse, Online-Recherche und interaktivem Reporting bietet INISYS zusätzlich Know-how im Datawarehouse-Management. QlikView unterstützt assoziative Abfragen per Mausklick bei sofortiger Darstellung der Ergebnisse. Und QlikView arbeitet selbstverständlich Hand in Hand mit Navision, von der Analyse der Lieferanten, Kunden, Artikel, Lagerbewegungen, bis hin zur Verkaufsprozess-Steuerung oder der mehrdimensionalen Kostenrechnung.

„Achten Sie in Ihrem Entscheidungsprozess auf den richtigen Lösungspartner mit fachlicher Kompetenz", meint Hans Gastmayr. Im Bereich Controlling setzt Walter Bach, zuständig für Vertrieb und Marketing bei INISYS, z. B. auf enge Verbindungen zum Ö. Controllerinstitut (ÖCI). „Unser Ziel ist es, unsere Kunden umfassend zu betreuen, und dazu gehört neben der Technik auch die nötige Qualifikation in der Unternehmensberatung.

Diese kann nur durch strategische Partnerschaften zu verschiedenen europäischen Wirtschaftsinstitutionen, und natürlich dem guten Kontakt zu Microsoft Business Solutions ermöglicht werden", erzählt Walter Bach aus seiner täglichen Arbeitspraxis.

Wir machen aus Standard Software Lösungen.

CONTROLLING • LOGISTIK • CRM • E-COMMERCE

INISYS

Microsoft® Business Solutions Navision

INISYS Software-Consulting Ges.m.b.H.
Navision Solution Center
Tel.: 0 27 72/554 64 40
Detailinfos unter http://www.inisys.at

Was der Abbau der Krankenschein-Berge werden sollte, wird nun zum Aufbau der Gerichtsakten-Berge: Der Hauptverband der Sozialversicherungsträger kündigte den Vertrag mit EDS/ORGA und klagte das Konsortium. Mit der „e-Card" ist vor 2005 nicht mehr zu rechnen.

Andreas Roesler-Schmidt

Unendliches Kartenspiel

Die Zusammenarbeit zwischen EDS/Orga und dem Hauptverband der Sozialversicherungsträger ist endgültig gescheitert. Die Sozialversicherung hat den Vertrag mit dem Konsortium gekündigt.

Es war der Start eines viel versprechenden Projekts, als Anfang 2001 der Zuschlag für das Projekt „e-card" an das Konsortium EDS/ORGA erfolgte. Die Chipkarte sollte die Daten der acht Millionen österreichischen Versicherten aufnehmen und den Krankenschein auf Papier ablösen. Zahlreiche Klagen der leer ausgegangen Mitbieter folgten umgehend auf die Vergabe.

Bereits im November 2001 kommt es zu ersten Unstimmigkeiten. Laut Hauptverband haben EDS/Orga eine für den 7. November 2001 eingeplante Systemkonzeption nicht einmal ansatzweise realisiert. Im Februar 2002 stellt das Konsortium der Sozialversicherung zwei Terminpläne vor, nach denen der Probebetrieb im schlimmsten Fall um ein Jahr - von Frühjahr 2002 auf April 2003 - verschoben wird. Gemeinsam bestellten EDS/Orga und der Hauptverband einen Sachverständigen als Gutachter, der massive Mängel in der Projektumsetzung attestiert. Gegen Jahresende 2002 stellt der Gutachter fest, dass das System nicht in der vorgesehen Zeit fertig gestellt werden kann, woraufhin der Sozialversicherungs-Hauptverband eine Klage gegen EDS/Orga auf eine Konventionalstrafe ankündigt. „Kann EDS/ORGA den vertraglich vereinbarten Lieferumfang im Gesamtauftragswert von rund 90 Millionen Euro nicht erfüllen, dann wird eine Konventionalstrafe im zweistelligen Millionenbereich fällig", kündigt Josef Kandlhofer, Sprecher der Geschäftsführung des Hauptverbands an. Bereits damals zeichnet sich der Ernst des Streits ab: „Wenn die Firmen den Vertrag nicht erfüllen, wird der Hauptverband geeignete Ersatzmaßnahmen einleiten. Möglich ist hierbei die Einbindung anderer Firmen, die die Leistungserbringung übernehmen", sagte Kandlhofer. Von EDS seien Nachverhandlungen zum bestehenden Vertrag verlangt worden, weil das Projekt durch die Verzögerungen kommerziell uninteressant geworden sei.

Anfang März schließlich geht es Schlag auf Schlag. Der Hauptverband bringt die angekündigte Klage ein. „Bis zum heutigen Zeitpunkt war die Arbeitsgemeinschaft EDS/ORGA nicht in der Lage, auch nur einen einzigen Meilenstein des vereinbarten Projektumfanges zeitgerecht zu erfüllen", sagt Kandlhofer. Am 17. März kündigt der Hauptverband auch den Leistungsvertrag mit EDS/ORGA. „Wir haben jegliches Vertrauen in das Konsortium verloren."

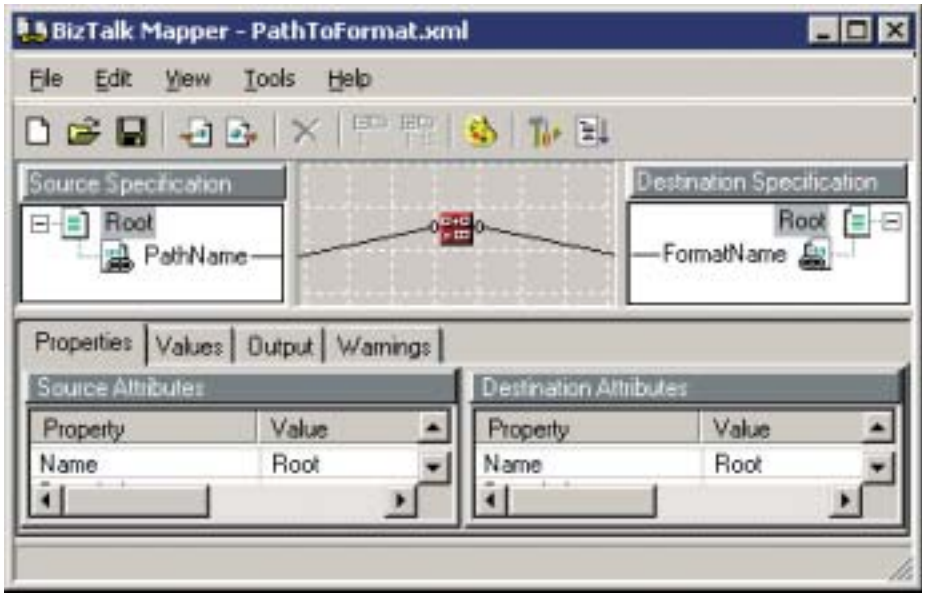
Bei EDS Austria freilich sieht man die Situation anders. Man wäre als einziger in der Lage, die Einführung der e-Card bis Ende 2004 zu realisieren. Die Verzögerungen hätten nicht im Bereich von EDS gelegen. Dementsprechend kündigt EDS-Austria Geschäftsführer Christian Kalaschek umgehend an: „Wir werden diese Entscheidung des Hauptverbandes in erster Instanz anfechten." Wenn nötig, wolle man alle bereits entstandenen Kosten einklagen. „Der Hauptverband will die E-Card bis 2004 haben. Wir können das machen", verspricht Kalaschek. „Wir werden daher die Rücktrittserklärung nicht akzeptieren. Die Begründung seitens des Hauptverbandes ist nicht zutreffend und für eine Vertragsauflösung ist keine rechtliche Grundlage gegeben." Kandlhofer hält dem entgegen, dass „alles so gut abgesichert ist, dass wir juristisch nichts zu befürchten haben".

Ende März wird die Neuvergabe des Projekts angekündigt. Eine Vorinformation liegt bereits beim Amt für Veröffentlichungen in Luxemburg. Die Bewerbersuche soll in den nächsten Wochen beginnen. Als Konsequenz aus dem unglücklichen bisherigen Projektverlauf schreibt der Hauptverband nur noch Teilleistungen aus.

Mit Bewerbungen von der Telekom Austria, IBM und Siemens kann gerechnet werden. Rudolf Fischer, COO Wireline der Telekom Austria, ließ dies bereits im Februar dieses Jahres anklingen: Sollte die US-deutsche E-Card-Arbeitsgemeinschaft scheitern, könnte er sich einen Einstieg in das Projekt durchaus vorstellen. Im selben Monat eröffnete Siemens in Wien passender Weise ein Kompetenzzentrum für E-Government. Die Umstände, die zu den Verzögerungen und zur Kündigung des Vertrages führten, will nun der Rechnungshof aufklären. ❑

Microsoft Trading Partner Integration

Hersteller, Lieferanten und Händler integrieren Software-Anwendungen in ihren Unternehmen und nutzen sie zum effizienten Informationsaustausch und zur optimalen Versorgung ihrer Kunden.



Vernetzte Informationssysteme garantieren einen reibungslosen Warenfluss vom Vorlieferanten bis zum Konsumenten - auch über Unternehmensgrenzen hinweg. Das alles ist heute bereits Realität, oder könnte es sein: unternehmensübergreifende Zusammenarbeit, für die Partner nicht einmal mehr die gleichen Systeme und Applikationen einsetzen müssen. Trading Partner Integration (TPI) schafft mit offenen Standards die Möglichkeit, komplexe Unternehmensnetze oder Datenbanken für eine möglichst große Zahl von Geschäftspartnern zugänglich zu machen.

Der Datenaustausch erfolgt kostengünstig über das Internet, als Datenformat dient die eXtensible Markup Language (XML). Diese strukturierte Sprache wurde eigens für den Austausch elektronischer Dokumente entworfen. Ihre Syntax erlaubt das einfache Entwerfen der unterschiedlichsten Nachrichtentypen. Im Gegensatz zu klassischen EDI-Nachrichten (Electronic Data Interchange) transportiert XML nicht nur den Inhalt der Nachricht, sondern gleichzeitig dessen Struktur und das Anzeigeformat. Auf Basis von XML können sogar Firmen, die bisher keine gegenseitigen Geschäftsbeziehungen unterhalten haben, ad hoc elektronische Bestellungen und Rechnungen austauschen - und das, ohne vorher ihre IT-Systeme aufeinander abzustimmen.

Die Microsoft Trading Partner Integration Lösung stellt eine einheitliche Infrastruktur zur Interaktion von Geschäftsabläufen innerhalb des Unternehmens und zwischen Handelspartnern im Internet zur Verfügung. Auf Basis des Microsoft BizTalk Server und der neuen Universalsprache XML können Anwendungen integriert, Prozesse automatisiert, Dokumente ausgetauscht und sichere Verbindungen zwischen Unternehmen aufgebaut werden.

Durch die Konzentration auf einen datenorientierten Ansatz können Unternehmen mit ihren Handelspartnern, online und unabhängig von Plattform, Betriebssystem, oder zugrundeliegender Technologie der existierenden Systeme auf den verschiedensten Ebene kommunizieren.

Die Automobilindustrie hat es vorgezeigt: Integration rechnet sich vor allem dort, wo die Time-to-Market der Produkte kritisch ist. Mittlerweile beschreibt dieser Trend branchenübergreifend die verschärften Wettbewerbsbedingungen im globalen Markt. Wer am flexibelsten und schnellsten die Kundenwünsche in Produktinnovationen umsetzt und auf den Markt bringt, generiert den entscheidenden Vorsprung, der für den Geschäftserfolg ausschlaggebend ist.

Das beweist auch eine Studie von NerveWire, die 162 IT-Manager bedeutender Unternehmen nach dem Integrationsgrad ihrer IT befragte und zu folgenden Ergebnissen kam. Demnach haben bei Unternehmen mit hohem Integrationsgrad 40% ihre Umsätze dadurch steigern können, 30% dieser Unternehmen konnten ihre Kosten senken, 35% konnten ihre Produktentwicklungszeiten bzw. ihre Produkte durch den hohen Integrationsgrad entscheidend verbessern und 35% verzeichneten eine bessere Kundenbindung.

Würth Österreich - BizTalk-Pilotprojekt für bessere Kundenbeziehungen

Die elektronische Abwicklung von Geschäftsprozessen hat insbesondere im B2B-Bereich eine wachsende Bedeutung für die Gestaltung der Kundenbeziehungen. Gerade Unternehmen mit einer flächendeckenden Außendienstorganisation, wie der Großsortimenter Würth, gehen vermehrt dazu über, ihren Kunden eine vollständig automatisierte Abwicklung von Bestellprozessen anzubieten.

Der in der Montagetechnik für Handwerk und Industrie führende Großsortimenter Würth suchte gemeinsam mit seinem langjährigen IT-Partner Hewlett-Packard nach einer Lösung, um Kunden automatisiert in die Bestellabwicklun einzubinden. Angesichts der gestellten Anforderungen favorisierte man dabei von Anfang an den Microsoft BizTalk Server 2002.

Die größte Herausforderung bei diesem Projekt war weniger die technische Realisierung, sondern vielmehr die Evaluierung und Abbildung der Geschäftsprozesse bei Würth. Um die Performance der gewählten Lösung zu testen, entschied man sich dafür, vorerst nur einen Kunden anzubinden. Nach einer zweimonatigen Pilotphase, die nun kurz vor dem Abschluss steht, werden die Erfahrungen dokumentiert und fließen wieder in das Projekt ein, um etwaige Änderungen durchzuführen.

Erst danach soll die Anbindung weiterer 200 bis 300 Kunden vorgenommen werden. Dazu Dieter Bruch: „Wir wollen uns auch in Zukunft auf maximal fünf Formate beschränken, die wir unseren Kunden anbieten werden." Derzeit arbeitet der BizTalk Server bei Würth noch mit zwei Formaten: XML und Flat File.

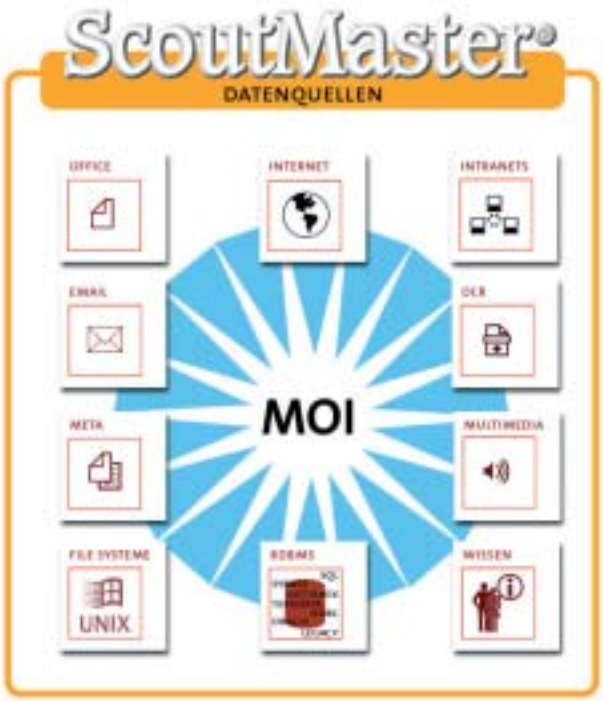
Einsatz im Außendienst als Zukunftsvision

Das Einsatzspektrum des BizTalk Servers 2002 endet jedoch nicht beim teilweise oder vollständig automatisierten Datenaustausch. Bei Würth verfolgt man bereits die Vision, dass die Mitarbeiter des Verkaufsaußendienstes von ihren Notebooks aus gleich beim Kunden Aufträge generieren. Der Kunde würde dann binnen weniger Sekunden eine Auftragsbestätigung erhalten und wir könnten noch am selben Tag ausliefern.

Weitere Informationen: Richard L. Boyer, Product Manager, Windows System Servers & Developers Tools, Microsoft Austria, Telefon: +43 1 610 64-284, E-Mail: RLBoyer@microsoft.com, www.microsoft.com/austria

Leistungsfähiges Information Retrieval System

ScoutMaster Corporate erzielt mit linguistischen Funktionen bessere Suchergebnisse



Die Scout Research Systems GmbH, Anbieter von Knowledge Management Systemen, bringt mit ScoutMaster Corporate 4.2 eine neue Version seiner Wissensmanagement-Lösung für Unternehmen und Behörden auf den Markt. Umfassende linguistische und semantische Funktionen und multidimensionale Datenhaltung sorgen für leistungsfähiges Information Retrieval und optimale Suchergebnisse.

„Eine Wissensmanagement Lösung ist immer nur so gut wie das zugrunde liegende Information Retrieval System (IRS)," meint Gayle C. Prokasky-Fraas, Geschäftsführerin der Scout Research Systems GmbH. „Und die Leistungsfähigkeit des Retrieval Systems wird bestimmt durch seine Komponenten, nämlich die Suchmethodik, die Darstellung der Recherche und das Datenbanksystem," so Prokasky-Fraas weiter.

Das Wissensmanagement-Tool ScoutMaster Corporate basiert auf der Bereitstellung von im Unternehmen und externen Quellen vorhandenem unstrukturierten Informationen (Dokumenten) sowie strukturierten Informationen aus aktuellen Anwendungen und Legacy-Datenbanken. Kern der Lösung ist ein Hochleistungs-IRS. Das System erzielt optimale Suchergebnisse, also eine Auswahl möglichst vieler Suchtreffer mit möglichst hoher Relevanz. Die gefundenen Dokumente stehen unmittelbar zur Bearbeitung zur Verfügung.

Highlight der neuen Funktionen ist die umfassende linguistische Methodik. Zum Teil neu und zum Teil weiter optimiert sind die intelligenten linguistischen und semantischen Funktionalitäten bei ScoutMaster Corporate, die den Anwender durch die Bereitstellung von Suchalternativen bei der Optimierung seiner Suchanfragen unterstützen. So bietet beispielsweise die Phonetik-Funktion alternative Schreibweisen an und erlaubt zudem eine fehlertolerante Suche. Zudem werden alternative Wortformen (Funktion Wortformen), sinnverwandte Begriffe und Synonyme (Funktionen Sinnverwandtschaft, Thesauri und Lexika) für die Suche angeboten. Auch die Einbindung von branchenspezifischer Thesauri und der Aufbau eigener Thesauri sind möglich.

ScoutMaster Corporate basiert auf dem hochperformanten, postrelationalen Datenbankmanagementsystem (DBMS) Caché des Herstellers InterSystems, dessen multidimensionale Architektur einen sehr schnellen Datenzugriff auch bei großen und komplexen Datenmengen erlaubt. Die hohe Skalierbarkeit ermöglicht die Integration von Daten im Petabyte Bereich. Jede in die Datenbasis von ScoutMaster Corporate integrierte Information ist mittels des ScoutMaster Multidimensionalen Object Index (MOI) mit Eigenschaften und Fundstelle beschrieben. Dies ist die Basis für die hochpräzise Rechercheme-thodik von ScoutMaster.

http://www.scoutmaster.de

Drahtloser Datenbankzugriff in Echtzeit

InterSystems bringt Caché fuer Tablet PCs auf den Markt

Ab sofort ist das postrelationale Datenbank-Managementsystem (DBMS) Caché von InterSystems auch für Tablet PCs verfügbar. Damit lassen sich Caché-basierte Enterprise-Applikationen ohne Codeänderungen auf den neuen mobilen Endgeräten betreiben.

Anwender, die in ihrem Berufsalltag oft unterwegs sind, profitieren von der Flexibilität und intuitiven Bedienung der Screen Digitizer, ohne auf die gewohnte hohe Performance und Sicherheit im Datenzugriff verzichten zu müssen.

Mit der neuen Hardwareunterstützung können Anwender nun auch über Tablet PCs auf die in Caché gespeicherten Unternehmensdaten zugreifen. Dokumente lassen sich mit Stifteingaben kommentieren und mit handschriftlichen Notizen versehen. Das in Caché integrierte Enterprise Cache Protokoll (ECP) ermöglicht Datenzugriffe in Echtzeit und liefert auch bei Anwendungen mit großem Transaktionsaufkommen die im Enterprise Computing erforderliche hohe Performance. Mit seinen umfassenden Recovery-Mechanismen gewährleistet ECP darüber hinaus eine hohe Datensicherheit und Verfügbarkeit. Codeänderungen an den bestehenden Applikationen sind nicht notwendig.

http://www.intersystems.de

Milia 03: Qualität statt Quantität?

Bereits zum zehnten Mal ist die Multimedia-Branche Ende März nach Cannes zur Milia gekommen. Eine Befragung der Teilnehmer fällt dabei zwiespältig aus. Zwar lobten viele das interessante Konferenzprogramm und hoben die guten Kontakte hervor, die sie in den knapp drei Tagen knüpfen konnten, aber als Ausstellung hat die Milia die Erwartungen nicht erfüllen können.

Christian Henner-Fehr

Viele hatten sich von der diesjährigen Messe neue Impulse und den lang ersehnten Aufschwung erhofft. Um das Interesse an dem im Noga Hilton stattfindenden Event noch zusätzlich zu steigern, fand die Milia zeitgleich mit der Fernsehmesse MIPTV statt. Aber nicht nur der Irak-Krieg und die Abwesenheit vieler nordamerikanischer Firmen haben den hohen Erwartungen einen Dämpfer verpasst. Viele Aussteller waren auch von den Räumlichkeiten und der geringen Besucherresonanz enttäuscht. Als Messeort sind Hotels eben doch nicht wirklich geeignet und so darf man gespannt sein, was sich die Veranstalter nächstes Jahr einfallen lassen werden. In welche Richtung die Milia gehen soll, deutete Reed-Chef Paul Zilk in seinen Begrüßungsworten an. Interaktive Unterhaltung und hier speziell die Videospiele seien der weltweit am schnellsten wachsende Unterhaltungsmarkt. Daher wäre es nur konsequent, nächstes Jahr ein entsprechendes Spiele-Event anzubieten, so Zilk.

Dass die Milia kein Reinfall wurde, dafür sorgte ein Konferenzprogramm, das die aktuellen Tendenzen der Branche aufgriff und viele interessante Diskussionen ermöglichte. Was wird uns die Zukunft bringen? Die Experten sehen die verschiedenen Plattformen wie TV, Internet und Mobile immer näher zusammenrücken. Sie alle benötigen dringend digitalen Content, den ihnen die Multimedia-Firmen liefern sollen. So verwundert es nicht, dass sich in Cannes alles um „mobile Entertainment", interaktives TV und Breitband-Internet drehte. Für Joel Berger von MTV Networks bedeuten in das Programm integrierte interaktive Elemente vor allem höhere Einnahmen. Bis jetzt sind es aber hauptsächlich Abstimmungen per SMS, die bei MTV die Kassen klingeln lassen. So erlaube die richtige Beantwortung einer Frage den kostenlosen Download eines Klingeltons für das Handy, nennt Berger ein Beispiel aus der Praxis. Die Einnahmen aus dem SMS-Versand teile man dabei mit den Mobilfunkanbietern, so Berger.

Das Zeitalter der SMS dürfte aber bald vorbei sein. Nicht nur in Österreich bereiten sich die Telekommunikations-Anbieter auf die Einführung von UMTS vor. Weltweit rüsten sich die Unternehmen, um ihren Kunden mit den entsprechenden Serviceangeboten die neue Technologie schmackhaft zu machen. Guy Laurence, CEO von Vodafone Global Content Services sieht es dabei als seine Aufgabe an, neue Angebote für den Mobilbereich zu entwickeln. Nur einfach zu warten, bis UMTS starte, sei ein unverzeihlicher Fehler, merkte er in seiner Rede vor dem Auditorium an. Das Problem dabei: Schon die heutigen Technologien wie beispielsweise GPRS bieten die Chance, den Kunden neue Services zu offerieren und die so dringend benötigten Einnahmen zu lukrieren. Attraktive Angebote sind also gefragt. Auch wenn Laurence eine wachsende Bereitschaft seiner Kunden zu erkennen glaubt, für gute Inhalte zu zahlen. Welche sich letzten Endes durchsetzen werden, vermag auch er nicht zu sagen. So sind die Vorhersagen verschiedener Marktforscher mit Vorsicht zu genießen, dass in diesem Bereich schon in wenigen Jahren Milliardenbeträge umgesetzt werden. Jupiter MMXI beispielsweise geht in einem Report davon aus, dass im Jahr 2006 alleine in Europa 3,3, Mia. USD für Mobile Content ausgegeben werden.

Bob Pike, Marketingchef von Mobileway, einem der marktführenden Unternehmen im Bereich Mobile Messaging, stellte die provokante Frage, ob der Mobilbereich die gleiche Entwicklung wie das Internet erleben werde. Dort waren und sind es vor allem pornographische Angebote, die kommerziellen Erfolg versprechen. Mit dem Aufkommen von MMS lassen sich entsprechende Angebote auch per Handy abgerufen. Dass sich viele Unternehmen hier gute Geschäfte erwarten, zeigt das Beispiel Playboy. Schon in diesem Jahr möchte man mit entsprechenden Angeboten mehr als eine Million Kunden erreichen.

Als Content-Provider ist der Playboy aber natürlich auf die Mobilfunkbetreiber angewiesen, über die die Kunden erreicht werden können. Welche Geschäftsmodelle die Netzbetreiber entwickelt haben und wie sie mit den Content-Providern zusammenarbeiten, wurde auch auf der Milia diskutiert. Die anwesenden Vertreter der Mobilfunkbetreiber betonten unisono, dass die neuen Serviceangebote wie Foto und Video hohe Investitionen erforderlich machen. Dementsprechend werde man die Anbieter von Content nicht an den Einnahmen aus den Verbindungsgebühren beteiligen. Nur Laura Rovizzi von der italienischen Wind Telecommunications stellte ein Modell vor, das die Content-Anbieter mit rund 30% an den gesamten Einnahmen beteiligt.

Der Kampf um das Geld hat also schon begonnen. Vor allem die großen Player versuchen, eine marktbeherrschende Rolle einzunehmen und so an den zu erwartenden Einnahmen partizipieren zu können. Diese sollen vor allem im Bereich Entertainment erwirtschaftet werden. Content-Anbieter wie Disney oder Sony bereiten ihre Inhalte für den Mobile-Bereich auf. Mobilfunkbetreiber wie Vodafone investieren Millionen, um ihre Kunden mit entsprechenden Unterhaltungsangeboten an sich binden zu können.

Aber was möchten eigentlich die Kunden? Spiele, Spiele und noch einmal Spiele, wenn man den Vortragenden Glauben schenken darf. Nur in diesem Bereich lassen sich von wenigen Ausnahmen abgesehen bis jetzt Gewinne erzielen. Ob die Zukunft der Multimedia-Branche wirklich nur im Entertainment-Bereich liegt, zeigt vielleicht schon die nächste Milia. ❑

milestone breakfast 03: „Aufträge durch Fachmedien"

multimedia reader .at

milestone lädt am 15. Mai zu einem Business-Breakfast mit dem Thema „Aufträge durch Fachmedien".

Rüdiger Maier, Chefredakteur des Monitor, gibt Tipps und Hinweise, wie Unternehmen durch gezielte Arbeit mit Fachmedien Aufträge gewinnen können.

Erfahren Sie, wie Sie die Aufmerksamkeit der Redaktion gewinnen, welche Bedürfnisse Fachzeitschriften im Hinblick auf Ihre Informationen haben, wie Kooperationen vereinbart werden, welche Marketingmöglichkeiten Fachzeitschriften bieten und welche Zielgruppen und Ansprechpersonen Sie damit erreichen.

15. Mai 2003 - 8:30 im Media-Tower (Taborstraße 2, 1020 Wien)

Anmeldung und weitere Informationen unter www.milestone.at

NÖ INTERNET AWARD

Ein schönes Stück Internet

Eco Plus, Donau-Universität Krems und Wirtschaftskammer NÖ vergaben den ersten niederösterreichischen Internet-Award. Ausgezeichnet wurden KMUs für gutes Design, Content, Shops und B2B-Lösungen. Der Preis soll die Nutzung des Internets im KMU-Bereich anregen.

Andreas Roesler-Schmidt

Über 4000 niederösterreichische Unternehmen nutzen das Internet bereits für firmeneigene Internetauftritte. Die Besten wurden nun prämiert: Die Regionalentwicklungsagentur Eco Plus, die Donau-Universität Krems und die Wirtschaftskammer Niederösterreich vergaben am 13. März 2003 in der Klosterneuburger Kunstsammlung Essl erstmals einen Internet-Award für Klein- und Mittelbetriebe.

Eine international besetzte Fachjury wählte aus 700 Einreichungen die 12 interessantesten Internetpräsenzen von Unternehmen aus. Bewertet wurde in vier unterschiedlichen Kategorien: Design, Content, Shop und B2B. Die Sieger der einzelnen Kategorien wurden jeweils mit einem Internet Award ausgezeichnet.

Ausschlaggebend für den Sieg waren neben Qualität und grafischer Gestaltung auch die Inhalte der Firmen-Webseiten. Weiters wurden Best-Practice-Lösungen im Bereich des webbasierten Austauschs von Geschäftsdaten zwischen Unternehmen sowie besonders userfreundliche Webshops für Endkunden bewertet. Eines der Hauptkriterien dabei war die Benutzerfreundlichkeit der Internet-Sites. Die Preisträger erhielten Sachpreise in Form von Schecks für Hard- und Software, Telekommunikation sowie Ausbildung von Mitarbeitern.

Kategoriesieger "Content": Firma Carlo Loysch KG

Kategoriesieger "Design": Firma EasyInfo

Überrascht über die hohe Beteiligung zeigt sich der Vizepräsident der Donau-Universität Dr. Johann Günther. „700 Sites sind mehr als ich von ähnlichen Wettbewerben, für die ich schon als Juror tätig war, gewohnt bin." Die wirklichen Sieger seien für ihn aber all jene KMU, „die geografisch schlecht liegen und trotzdem so tolle Internet-Sites zustande gebracht haben". Sie seien im Durchschnitt sogar besser als vom Firmenstandort her begünstigtere Betriebe. Günther sieht darin das Wesen der KMU - nämlich persönliches Engagement - widergespiegelt. Vom diesjährigen Award erhofft er sich eine Sogwirkung und regte bereits eine Fortführung des Wettbewerbs im nächsten Jahr an.

In der Kategorie „Design" gewann EasyInfo (www.easyinfo.at), die Internet-Division von Grasl Druck und Neue Medien, die seit über fünf Jahren Projekte im Bereich der „Neue Medien" betreut. Der Webauftritt des Unternehmens überzeugte die Jury durch ihr gediegenes Design „ohne verstörende Elemente". Das war auch das Ziel von EasyInfo: „Wir wollten eine möglichst übersichtliche Website mit einfach aufgebauten Seiten schaffen", erzählt Projektmanager Markus Czaker. „Der User soll die Informationen rasch finden können. Beim Content versuchen wir, viel über relevante Beispiele zu vermitteln."

Den besten „Content" bot die Carlo Loysch KG (www.loysch.at) aus Melk. Das Unternehmen mit dem Schwerpunkt Planung, Entwicklung und Fertigung von kundenspezifischen Heizelementen auf Strombasis hat es nach Meinung der Jury verstanden, eine an und für sich schwierige Materie perfekt über das Internet zu transportieren. „Der Award belohnt unser Konzept, voll auf das Internet als Service-Instrument für unsere Kunden und für Neukunden zu setzen", sagt Gabriele Rieß. 40-50 Prozent aller Anfragen kommen inzwischen über die Homepage. Ein eigener Loysch-Techniker kümmert sich um die E-Mail-Anfragen. „Als Spezialanbieter mit kleinem Werbebudget setzen wir voll auf das Internet."

Kategoriesieger "B2B": marketagent.com Marktforschung GmbH

Kategoriesieger "B2C": Weingut Zillinger

Kategoriesieger „Shop" wurde das Weingut Zillinger (www.zillingerwein.at) aus Ebenthal. Den Award erhielt der Familienbetrieb unter anderem für seine grafisch hochwertig gestaltete, informative Homepage mit übersichtlichem Online Shop.

Die Rubrik „B2B" konnte die marketagent.com Marktforschung (www.marketagent.com) für sich gewinnen. Die Vorteile der Online-Marktforschung sieht das Unternehmen in der Schnelligkeit der Informationsbereitstellung, Aktualität der Daten, Online-Abrufbarkeit von Zwischenergebnissen zu jeder Zeit, Kostenersparnis gegenüber konventionellen Techniken. Laut Jury weist der Internetauftritt eine hohe Funktionalität auf und erfüllt klar den Kundennutzen. ❑

Reichen Sie ein bis 6. Juni 2003!
multimedia & e-business staatspreis 2003
www.multimedia-staatspreis.at
St p Österreichischer Staats-, Innovations- und Förderpreis für Multimedia und e-Business des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit
BMWA Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit

Monitor THEMENVORSCHAU

SONDERAUSGABE Kommunikation
- Aktuelle Trends in e-Business, Internet-Technologien, IT-/E-Security, Telekommunikation u. Netzwerktechnik mit Anbieterübersichten

Erscheinungstermin: 27. Juli 2003
Redaktions- und Anzeigenschluss: 2. Juni 2003

AUSGABE Juni
- Sonderteil: **„MONITOR KOMMUNAL"**
- Informationsmanagement: DMS, Content Management, Archivierung u.a.
- Marktüberblick: Multifunktionsgeräte

Erscheinungstermin: 2. Juni 2003
Redaktions- und Anzeigenschluss: 12. Mai 2003

AUSGABE Juli/August
- 20 Jahre Monitor
- Drahtlos & mobil: Wireless LAN, Bluetooth, PDA, Handy, Business-Anwendungen u.a.
- Marktüberblick: CD/DVD/Jukeboxen

Erscheinungstermin: 2. Juli 2003
Redaktions- und Anzeigenschluss: 10. Juni 2003

AUSGABE September
- Messevorbericht ENTER 03
- IP-Telefonie
- Marktüberblick: Farblaser
- Job-Training

Erscheinungstermin: 8. September 2003
Redaktions- und Anzeigenschluss: 18. August 2003

KONTAKT: Tel. 01/ 740 95-410, Fax. 01/ 740 95-425, office@monitor.co.at, http://www.monitor.co.at

Frühjahrsputz und virtuelle Denkmäler

Das aus e-commerce langsam ein Geschäft wie jedes andere wird, erkennt man auch an der Zahl der Marktteilnehmer. Konnte 2002 ein kontinuierliches Ansteigen an Shoperöffnungen festgestellt werden, kommt dieser Prozess seit Jahresbeginn praktisch zum Stillstand und beginnt sich - langsam - umzukehren.

Beim „Kontrollbesuch" der 89 zuletzt bewerteten Multimediashops stößt man bei immerhin 10% auf „verschlossene" Türen. Einzelne Shops verabschieden sich formell von Ihren Kunden, andere versprechen zwar „bald" wieder aufzusperren. Dieses Versprechen kann, wie das Beispiel COSMOS zeigt, auch mehr als ein Jahr lang nicht eingelöst werden.

In einigen Fällen verschwinden die Online-Shops, wie bei GameCity aus Ludesch (Vlbg) schlicht aus dem Internet und der Link geht ins leere. Ein nicht wirklich vertrauenserweckende Vorgangsweise.

In vielen Fällen bleibt jedoch der Shop als virtuelle Ruine (oder Denkmal?) bestehen. Mehr oder minder große Teile der Websites bestehen aus „gebrochenen" Links, wird eine Bestellung abgeschickt, weiß der Kunde nicht, ob diese jemals anlangt, angenommen wird und er Waren erhält. Immer wieder melden sich Shopbetreiber, warum sie den bewertet würden, sie würden das Onlinegeschäft längst nicht mehr oder unter einem ganz anderen Shopnamen betreiben.

In diesem Sinne käme für die e-commerce-Branche ein Frühjahrsputz gerade noch zeitgerecht. Liebe e-commerce-Betreiber, prüft bitte eure Shops und Websites, ob sie überhapt noch funktionieren und ob ihr überhaupt noch Online sein wollt. Die gesamte Internetcommunity wird es euch danken!

Und wer beim Putzen ist, sollte seine Geschäftsbedingungen auch gleich kritisch unter die Lupe nehmen. Der nach wie vor beliebte Ausschluss des Rückgaberechts ist seit 1.1.2002 verboten! Wer das Rückgaberecht nicht korrekt auf seiner Webseite darstellt, muss einen Rücktritt bis zu sechs Monaten nach Warenzustellung akzeptieren. Absolut tötlich bei Multimediageräten, die nach dieser Zeit hoffnungslos veraltet und nicht mehr verkaufbar sind.

In Summe konnten nur mehr 79 Multimediashops bewertet werden, bei einem stabilen Spitzenquintett, vielen Änderungen in der Mitte und einer neuen FLOP-Reihung.

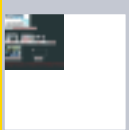
Detaillierte Informationen zu den Shops finden sich unter www.e-rating.at.

Aktuelle Multimediashops-Auswertung Online:
http://e-rating.at/php/exklusiv_auswertung.php?question=MONITOR-MULTIMEDIA

TOP-5 Multimedia

1	2	3	4	5
www.powerplay.at	www.printbox.co.at	www.primus-online.at	www.ottoversand.at	www.conrad.at
Powerplay, A-1060 Wien	Clemens Morawetz A-1160 Wien	Primus-Online E-Commerce Services GmbH A-1090 Wien	Otto Versand GmbH A-8020 Graz	Conrad Electronic GmbH & Co.KG A-4600 Wels
Ratingwert: 580	Ratingwert: 580	Ratingwert: 567	Ratingwert: 566	Ratingwert: 563

FLOP Multimedia

75	76	77	76	79
www.austrosat.at	www.dvdworld.de	www.shoppingzone.at/Zope/OTF/Malls/14/Merchants/12125/Shops/12235/home	www.austrosat.at	www.redzac.at
				
Fernsehservice Roland Stessl A- 8280 Fürstenfeld	EMP-Multimedia-Versand D-73050 Eislingen/Fils	Faustik Peter, A-1100 Wien	AustroSat Satellitentechnik, A-7091 Breitenbrunn	Funkberaterring reg. GmbH, A-2362 Biedermannsdorf
Ratingwert: 405	Ratingwert: 385	Ratingwert: 385	Ratingwert: 373	Ratingwert: 365

Ausgewertet wurden 89 Shops zum Thema Multimedia. Analysiert wurden die rechtlichen Basiskonditionen, Kundenfreundlichkeit, Zahlungsmöglichkeiten und Bezugskonditionen.
Ratingkategorien: 471 und mehr vertrauenswürdig, 470 - 351 mangelhaft, 350 und darunter: nicht vertrauenswürdig (maximal 615 Punkte konnten erreicht werden)
Nicht im Ranking, da (noch) kein Shop: www.cosmos.at und www.mediamarkt.at
Alle Webshops online: e-rating.at Ein Service der ARGE DATEN. - Aktuelle Auswertung Online: http://e-rating.at/php/exklusiv_auswertung.php?question=MONITOR-MULTIMEDIA

e-rating.at

Die Nummer 1 der E-Mail Bedrohungen 2003 sind unerwünschte, kommerzielle E-Mails. In diesem zweiten Teil seines umfassenden Fachbeitrages erläutert Peter Cox, Vice President BorderWare Technologies Inc, mit welchen neuen Technologien Unternehmen diese Gefahr in den Griff bekommen können. (Zum Nachlesen: Der erste Teil ist im MONITOR 4/2003 erschienen.)

Peter Cox

SPAM Verstehen und Kontrollieren (Teil 2)

Um Spam wirklich effektiv zu begegnen, bedarf es eines völlig neuen Ansatzes. Spammer sind ausgesprochen erfindungsreich, was das Umgehen von Spam Kontrolle angeht, Ansätze zur Bekämpfung sollten also genauso innovativ sein.

Zwei Technologien mit ausgesprochen effektiven Resultaten sind *Distributed Checksum Clearinghouse* (DCC) und die *Statistical Token Analysis* (STA). Beide Technologien zeichnen sich durch einen geringen Administrationsaufwand aus und erzielen exzellente Anti-Spam Ergebnisse: nahezu 100 Prozent Spam werden abgewiesen und das bei einer signifikant niedrigen Rate an falschen Positivmeldungen.

Distributed Checksum Clearinghouse

Streng genommen deckt Distributed Checksu Clearinghouse (DCC Home) nicht Spam auf, sondern Massen-E-Mails. DCC basiert auf der Identifikation und Zusammenstellung jeder einzelnen Nachricht (in einem Peer-to-Peer Netz). Diese Zusammenstellung wird an einen zentralen Server oder *Clearinghouse* weiter geleitet. Das Clearinghouse kommt mit einer Gesamtzahl an Meldungen zurück, wie oft genau diese Nachricht an andere Mail Server verschickt worden ist und notiert parallel die Steigerungsrate.

Daraus resultiert eine exakte Zahl derjenigen Sites, die diese Nachricht ebenfalls erhalten haben. Liegt eine gewisse Menge vor, wird die Nachricht entweder als Spam oder als Bestandteil einer populären Mailing Liste klassifiziert. DCC arbeitet deswegen zusätzlich mit den so genannten *white lists*, bekannter und legitimer Mailing Listen. Jede Massennachricht, die nicht in einer dieser Listen verzeichnet ist, kann als Spam betrachtet werden.

DCC ist nicht zuletzt durch den Gebrauch von *fuzzy* Checksums so effektiv. Übliche Textfilter, beispielsweise solche, die Veränderungen in Nachrichten aufdecken, sind so eingerichtet, dass schon die kleinste Variation eine komplett andere Nachrichtenliste generiert. DCC arbeitet deswegen mit einer anderen Form des Textfilterns, da Spammer sehr häufig wahllosen Text einfügen, um die üblichen Checksu Techniken zu umgehen. Ein Beispiel gibt Abb. 4, die zwei „unsubcribe footers" aus zwei aufeinander folgenden E-Mails mit identischem Subject und Inhalt (Beispiele des Autors).

DCC's Checksums sind genau darauf ausgerichtet, so dass dieselbe Checksum für identische Nachrichten zurückgemeldet wird. Mit Hilfe dieser Kombination aus DCC und fuzzy Checksums konnten beide Originalnachrichten aus dem obigen Beispiel zweifelsfrei als Spam identifiziert werden.

```
Click here to unsubscribe! evttcsxwrwrhnjogfatsbxpgkid

Click here to unsubscribe! wxxpraqrcmthbvfwepxmsdvambrpjghnpxv
```

Abb.4: Versuch Checksums zu umgehen

Peter Cox, International Vice President BorderWare Technologies Inc.

Statistical Token Analysis

Statistical Token Analysis [Graham 2002] identifiziert Spam durch Wort- und Zeichenanalyse des E-Mails mit Hilfe von Frequenzwerten und statistischen Vergleichen, ob es sich bei der Nachricht um Spam oder eine legitime E-Mail handelt.

STA's basiert im Wesentlichen auf zwei Häufigkeitstabellen, die eine für Spam, die andere für Ham (umgangssprachlich für gewollte E-Mails). Diese Tabellen speisen sich aus der detaillierten Analyse einer immensen Zahl von Nachrichten beider Kategorien. Die Tabelle verzeichnet sämtliche Zeichen (Worte oder auch Buchstabensequenzen, die durch Leerzeichen getrennt sind) und die Häufigkeit mit der sie entweder in analysiertem Spam oder Ham auf-

Abb. 5: Spam und Ham Häufigkeitstabelle

Spam Frequency Table	
debt	80
elimination	79
paycheck	79
scary	75
color=red>	74

Ham Frequency Table	
website	65
order	64
invoice	59
proposal	51
update	43

getaucht sind (die Spam Tabelle verzeichnet nur die Häufigkeit für das Auftauchen in Spam, die Ham Tabelle entsprechend die Häufigkeit für das Auftreten in erwünschten Nachrichten). Abb. 5 zeigt einige stark vereinfachte Beispiele von Spam und Ham Häufigkeitstabellen.

Um eine Nachricht zu analysieren, wird sie in Zeichen aufgespaltet und jedes Zeichen mit den Werten in beiden Tabellen verglichen. Eine statistische Analyse des Zeichensets mit dem höchsten Häufigkeitswert in der Spam Kategorie und die Analyse des (davon verschiedenen) Sets mit dem höchsten Wert in der Ham Kategorie, ergeben dann zusammen genommen die Wahrscheinlichkeit, mit der es sich bei der vorliegenden Nachricht um Spam handelt. Die Wahrscheinlichkeit kann dabei nahezu 100 betragen (dann erscheinen praktisch alle Token in der Spam und keines in der Ham Tabelle) bis zu 1 (um sicher zu sein, dass es sich um Ham handelt). Die Erfahrung mit der Methode hat bereits gezeigt, dass sich die Mehrzahl der analysierten Nachrichten entweder als Spam oder Ham bestimmen lassen. Mittelwerte sind nur sehr selten aufgetreten.

Als Beispiel soll die Nachricht in Abb. 6 dienen, die in strenger Hinsicht als Spam kategorisiert werden kann, da die überwiegende Token Zahl sehr hohe Werte in der Spam Tabelle aufweist und keinerlei vergleichbar hohen Wert in der Ham Tabelle. Ein enormer Vorteil der beiden vorgestellten Technologien DCC und STA liegt im geringen Administrationsaufwand. Einmal installiert, arbeiten beide weit gehend „hands-off" und benötigen wenig manuelle Intervention.

Effektivität von STA und DCC

Um die Effektivität von STA und DCC zu illustrieren, ist in Abb. 7 die Mailbox Liste eines so genannten *Honey Pot* Accounts dargestellt, der dem Einsammeln von Spam dient. E-Mails, die an diesen Account geschickt werden, passieren die BorderWare MXtreme Mail Firewall. MXtreme verfügt über beide Technologien, arbeitet also sowohl mit Statistical Token Analysis als auch mit Distributed Checksum Clearinghouse. Wird eine Nachricht als Spam identifiziert, kann sie entweder zurück gewiesen, in einem separaten Bereich in Quarantäne genommen werden, markiert und im „Subject" mit einem Kommentar versehen werden oder mit einer zusätzlichen Information im Header an den Empfänger weiter geleitet werden. Die Anmerkungen und Kommentare können genutzt werden, um die Nachricht in einem speziellen Ordner abzulegen. Die Nachrichten in Abb. 7 wurden beispielsweise mit einem Kommentar versehen in der Inbox des Anwenders belassen.

Bei einem Gesamtaufkommen von 190 Spam E-Mails in einem Testzeitraum von 10 Tagen, konnte lediglich eine Spam Nachricht die DCC und STA Kontrollen passieren.

```
We know how scary debt can be.

Our Debt Elimination program can help you become debt free
quickly. Stop harrassing calls from collectors, stop living
from paycheck to paycheck, and begin to build a stress-free
future.
```

Abb. 6: Beispiel für STA Input

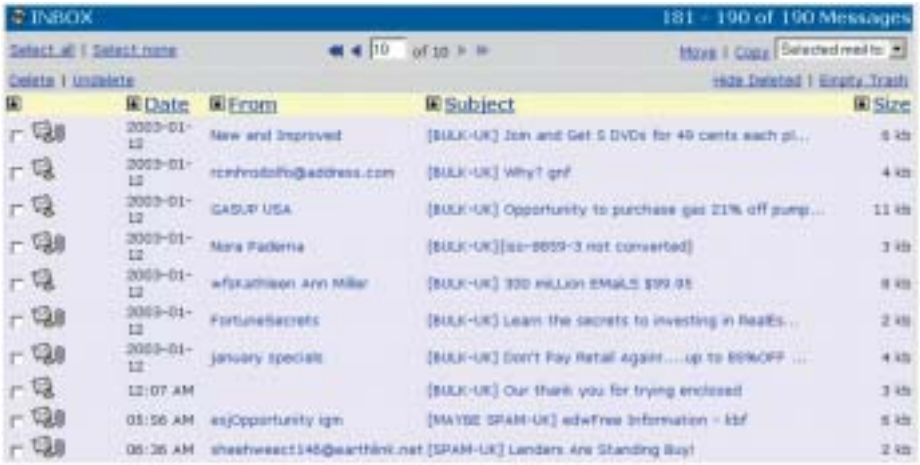


Abb. 7: Spam Mailbox

Kommerzieller Einsatz von STA and DCC

Sowohl STA als auch DCC sind vergleichsweise junge Technologien. Für beide gibt es Public Domains und infolgedessen bisher relativ wenig kommerzielle Einsatzgebiete. Einer der Pioniere in diesem Bereich ist die MXtreme Mail Firewall von BorderWare Technologies Inc. MXtreme bietet flexible und umfassende Anti-Spam Funktionen durch die Kombination der beiden traditionellen Filtermethoden mit STA und DCC.

Über die Implementierung von STA hinaus bietet BorderWare Technologies zusätzliche Spam und Ham Häufigkeitstabellen aus eigenen Analysen, gekoppelt mit einem (selbst-)lernenden Algorithmus. Die Ham Häufigkeitstabelle wird kontinuierlich auf der Basis von Outbound E-Mails erweitert. Dabei werden E-Mails von Unternehmen und Organisationen als legitim gewertet. Zusätzlich werden die Spam Tabellen um Spam erweitert, der mit anderen Methoden aufgedeckt wurde. Nach einer Einführungsperiode werden die STA Häufigkeitstabellen an die E-Mail Konfiguration und Sprache des jeweiligen Unternehmens angepasst (STA funktioniert sprachen unabhängig). Eine ausführliche Beschreibung der MXtreme Anti-Spam Funktionen finden Sie unter [BorderWare 2002].

MXtreme bietet darüber hinaus E-Mail Verschlüsselung, sicheres Web Mail, E-Mail Policy Management und Virus Scanning. Weitere Informationen zu MXtreme finden Sie unter http://www.mxtreme.com.

Referenzen

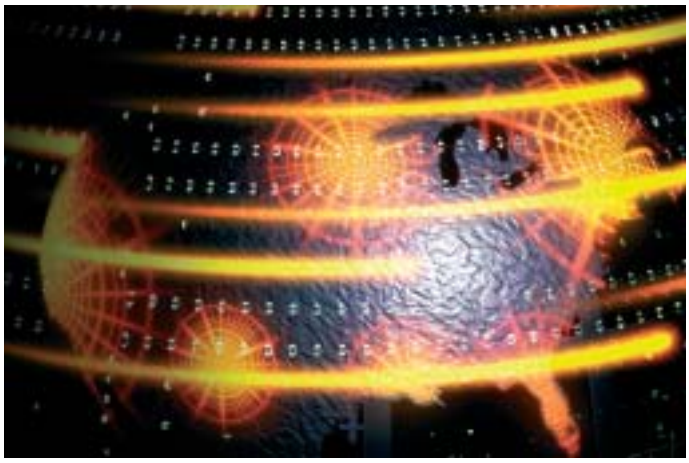
BorderWare 2002: Mxtreme Anti-Spam Capabilities, ein White Paper von BorderWare Technologies

DCC Home: Distributed Checksum Clearinghouse Home Page, http://www.rhyolite.com/anti-spam/dcc/

Graham 2002: A Plan for Spam, http://www.paulgraham.com/spam.html

76 Prozent, also bereits rund dreiviertel aller österreichischer Unternehmen haben ihn: den Internet-Zugang - vom Einwahlmodem bis zur Standleitung reicht die Palette. Der Markt ist nach wie vor heiß umkämpft. Mehr als 600 Unternehmen (!) bieten Provider-Dienste an. Die großen „Fünf" Telekom Austria, UTA, Inode, Eunet und die AirCall-Gruppe (inkl. Nextra) bestimmen derzeit fast 50 Prozent des Marktes. Schwerpunkt-Thema 2003 ist „Breitband-Internet" für Klein- und Mittelbetriebe (KMU).

Christine Wahlmüller



Telekommunikations-Markt in Österreich für Businesskunden - Teil 2

„Breitband-Zugang" als Hoffnungsmarkt für KMUs

Ein Internet-Zugang ist heute bereits selbstverständlich - zumindest für alle Betriebe mit mehr als 20 Mitarbeitern. Hier ist eine fast 100-Prozent-Marktabdeckung erreicht. Insbesondere die Vorteile des Schriftverkehrs via e-Mail (v.a. Schnelligkeit und geringe Kosten) haben diese rasche Entwicklung bewirkt. Nur die Gruppe der Klein- und Mittelbetriebe „hinkt" noch etwas nach, aber auch diese Betriebe haben inzwischen gehörig zugelegt, was den Internet-Zugang betrifft. In der Gruppe der Unternehmen mit 5-19 Mitarbeitern haben jetzt 87 Prozent einen Internet-Zugang im Unternehmen. Bei den Klein- Unternehmen sind es derzeit rund 70 Prozent. Da in Österreich aber größtenteils Klein- und Mittelbetriebe tätig sind, wird insgesamt bei allen Unternehmen in Österreich „nur" eine Abdeckung von 76 Prozent erreicht.

Interessant ist auch die Art des Internetzugangs: Nur 6 Prozent der Unternehmen verfügen laut aktuellem Austrian Internet Monitor (AIM) Business (Stand Oktober 2002) über eine Standleitung, mit 46 Prozent ist ISDN die mit Abstand häufigste Art, sich das Internet im Unternehmen zunutze zu machen. Einzig ADSL verzeichnete innerhalb des Jahres 2002 einen drei-prozentigen Zuwachs von 14 auf 17 Prozent und wird vermutlich im heurigen Jahr noch kräftig zulegen. Damit rechnen jedenfalls alle Anbieter und die Marktforscher. Insbesondere deshalb, weil ADSL-Neuzugänge ab dem Sommer steuerlich absetzbar werden - womit allerdings auch einiger Missbrauch ausgelöst werden dürfte. Die Branche befürchtet jedenfalls unisono zahlreiche Kündigungen und Neuanmeldungen (sowohl im Privat- als auch im Business-Bereich) und erwartet insgesamt einen „Breitband-Boom" für die zweite Jahreshälfte 2003. „Die ADSL-Zugänge werden weiter ausgebaut werden", bestätigt Marktforscher Bertram Barth von Integral.

"Wir werden die bestehenden Technologien noch mehr im Sinne des Kunden optimieren."
Markus Acs, Techn. Leiter yc net:works

yc net:works

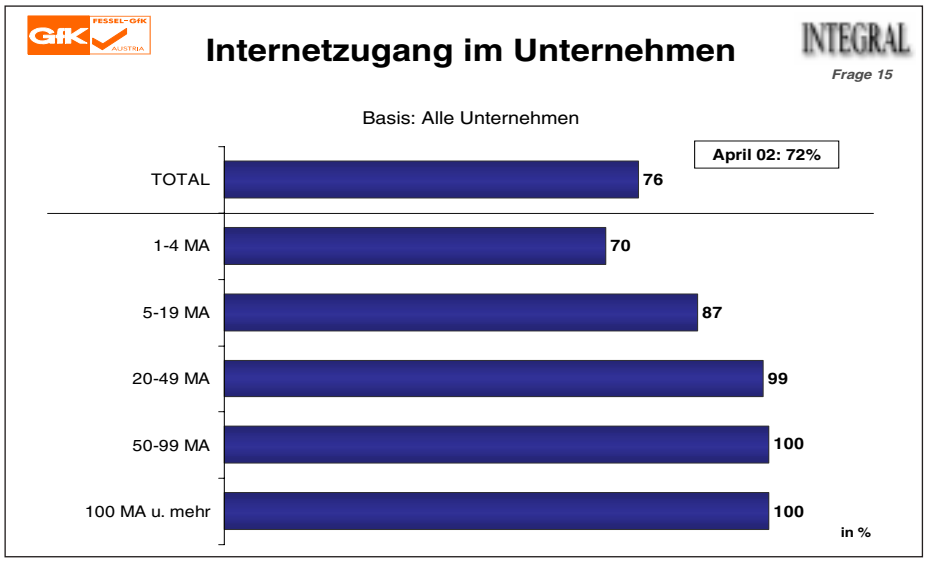
:::► Ihr Partner in Sachen Kommunikation.
http://ycn.com/netlines

Marktanteile der Anbieter

Ob es dabei auch zu einer Verschiebung der Marktanteile kommen wird, bleibt abzuwarten. Bislang wird der Markt laut einer aktuellen Studie von e-rating von einer Handvoll „großer" Anbieter bestimmt. Während die Telekom Austria mit 15 Prozent die „Pole Position" für sich einnimmt, halten UTA und INODE beide um die 10 Prozent, gefolgt von Eunet und der neuformierten airCALL-Gruppe (Nextra, VIP, Arges tempo, GramTel und airCALL) mit jeweils ca. 6 Prozent. Die Tiscali-Gruppe, Salzburg Online, UPC Telekabel sowie Silverserver rangieren laut e-rating zwischen 1 und 2 Prozent. Weitere 40 Anbieter besitzen jeweils 1 bis 0,5 Prozent Marktanteile, darunter auch einige nur lokal agierende Kabelnetzbetreiber.

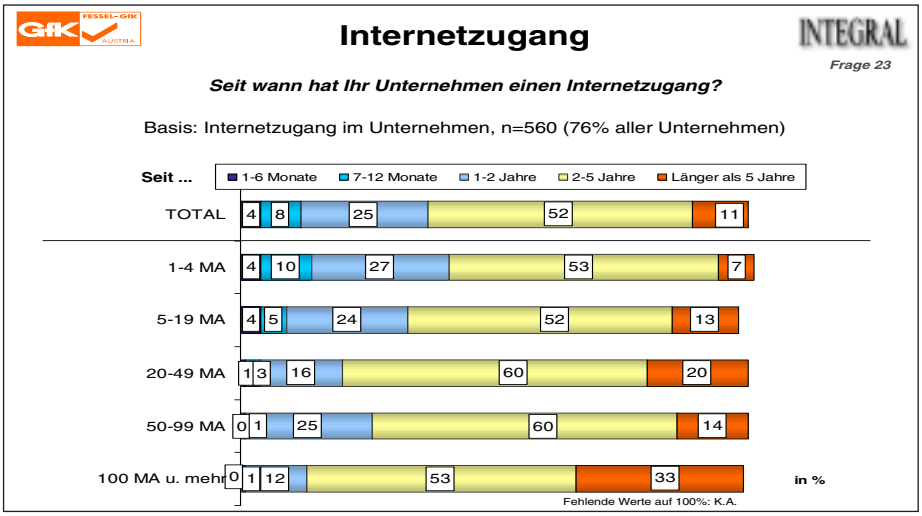
Viele Provider veröffentlichen selbst Marktanteilsangaben, die höchst fragwürdig sind oder so gedreht werden, dass es attraktiv aussieht, wird in der e-rating Studie kritisiert. eTel z.B. sieht sich mit 18.500 Businesskunden im alternativen Provider-Ranking (Sprache-Daten-Internet) an zweiter Stelle - scheint in punkto Internetzugang bei e-rating aber erst weit abgeschlagen auf.

Bei den Top500 Unternehmen wiederum sieht die Marktverteilung etwas anders aus: Telekom Austria (18 Prozent), gefolgt von UTA, die vor allem durch die „Einverleibung" des renommierten Raiffeisen-Providers Netway in diesem Kunden-Segment stark profitiert hat (16 Prozent), Eunet (15 Prozent), Inode und Tiscali (je 5 Prozent). Bemerkenswert ist Inode, nicht nur wegen seiner 25 prozentigen Wachstumsrate beim Internet-Zugang für Unternehmen allgemein (lt. e-rating-Studie), sondern auch in punkto betriebswirtschaftlicher Herzeigbarkeit: Inode schreibt schwarze Zahlen - wovon andere Betreiber wie UTA oder Eunet nach wie vor nur träumen können. Für Betreiber wie Cybertron und Profinet - die letzten „Opfer" am Internet-Markt - hat sich die Sache mittlerweile erledigt, beide Unternehmen mussten Konkurs anmelden. Ein Prozess, der sich heuer noch fortsetzen dürfte. Auch Mergers und Beteiligungen sind zu erwarten. Tiscalis Beteiligungsgelüste an Eunet sowie UTAs Kaufinteresse an eTel sind da z.B. gerade aktuell.



Internet-Zugang im Unternehmen: Drei-Viertel der österreichischen Unternehmen haben und benützen Internet im Büro-Alltag: Internet ist Selbstverständlichkeit geworden.
Quelle: INTEGRAL, AUSTRIAN INTERNET MONITOR (AIM) BUSINESS, Oktober 2002, öst. Unternehmen, n=733

Zurzeit bieten rund 600 Unternehmen Provider-Dienste an, rund ein Drittel davon (189) ist auch Mitglied bei der ISPA (Internet Service Provider Austria). Die Provider-Vertretung wurde vor fünf Jahren gegründet und ist heute höchst aktiv. „Die Breitband-Offensive, das neue Telekommunikationsgesetz (TKG) sowie Initiativen zu aktuellen Themen wie e-Payment, WLAN und ASP zählen heuer zu unseren Schwerpunkten", zählt ISPA-Generalsekretär Kurt Einzinger auf. „Wir haben am Markt eine gewisse Konsolidierung erreicht. Bemerkenswert ist der Preisverfall, vor allem im oberen Bandbreitenbereich, aber auch betreff Datenvolumen", meint Einzinger rückblickend. „Die Connectivity ist heute nur ein kleiner Teil des Geschäfts, viele Provider bieten ein breites Spektrum an Dienstleistungen. Insbesondere im KMU-Bereich haben da kleine lokale Provider gute Chancen", glaubt der ISPA-Vertreter.

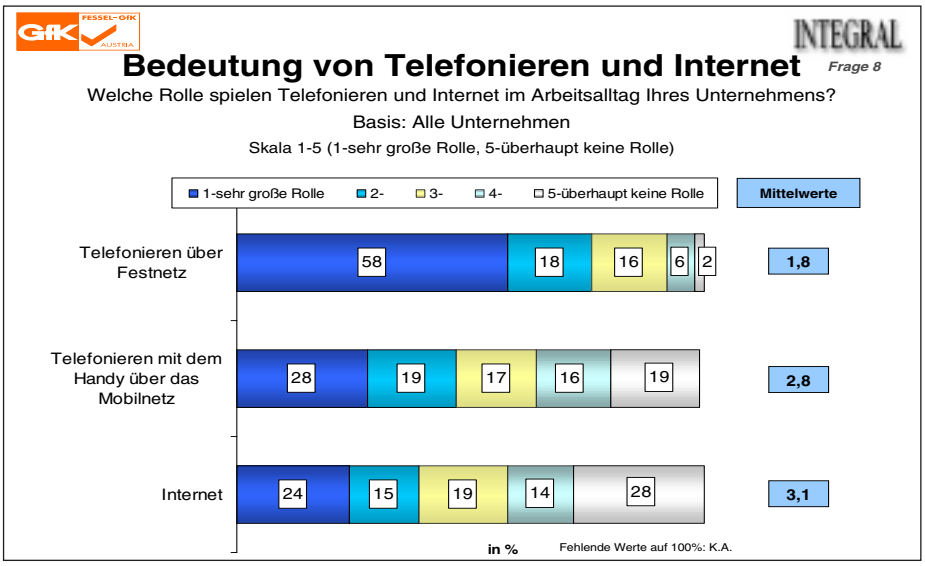


Seit wann hat Ihr Unternehmen einen Internet-Zugang? - Das Gros der Unternehmen hat sich in den letzten 2-5 Jahren für einen Internet-Zugang entschieden. Heute ist die Wechselbereitschaft sehr gering, wer seinen Provider hat, bleibt in der Regel dabei
Quelle: INTEGRAL, AUSTRIAN INTERNET MONITOR (AIM) BUSINESS, Oktober 2002, öst. Unternehmen, n=733

Aktuelle Angebote und Neuerungen

Vom Einwahl-Internetzugang bis zur Standleitung - die Angebots-Palette ist riesig. Hier empfiehlt es sich für Unternehmen, erstens genau das eigene Bedürfnis zu definieren, und dann gezielt die Websites der Anbieter zu studieren und Angebote anzufordern. Danach ist ein Produkt- und Preisvergleich angesagt. Eine Übersicht über die angebotenen Produkte ist allerdings schwierig bis unmöglich, sind doch gerade jetzt laufend Änderungen angesagt. Insbesondere, was ADSL und xDSL-Internetlösungen angeht, überschlagen sich die Anbieter im Moment mit Neuangeboten bzw. stecken damit in den Startlöchern. Besser also in Ruhe noch ein paar Wochen und Monate zuwarten und den Markt beobachten und dann im Sommer (rechtzeitig zur Einführung der steuerlichen Absetzbarkeit) „zuschlagen".

Nicht nur die als „Business" deklarierten Zugänge sind interessant. Für Kleinbetriebe und Ein-Mann-Firmen ist auch in der Kategorie „Privatkunden" nach wie vor Brauchbares zu finden. Was die Neuerungen angeht, sind Inode und Silverserver bereits vorgeprescht. So ist bei Inode eine (entbündelte) xDSL-Standleitung mit 2320 Kbit (Downstream) und 256 Kbit (Upstream) neu im Programm, und bei der (eigentlich für Privatkunden gedachten) Inode-Produktlinie „xDSL@home" wurden die Übertragungs-Bandbreiten bei gleich-



Bedeutung von Telefonieren und Internet: Internet bekommt ein glattes „Befriedigend", nur bei 24%, d.h. in jedem vierten Unternehmen spielt Internet eine große Rolle.
Quelle: INTEGRAL, AUSTRIAN INTERNET MONITOR (AIM) BUSINESS, Oktober 2002, öst. Unternehmen, n=733

bleibendem Preis überall erhöht. Insgesamt empfiehlt Inode für alle Business-Kunden zurzeit xDSL (Bandbreiten von 768 Kbit bis 9.280 Kbit). Inode garantiert dabei für die xDSL-Reihe neuerdings „den kleinsten Preis Österreichs". Findet ein Kunde im Aktionszeitraum bis Ende Juni ein günstigeres Angebot für einen vergleichbaren Internet-Zugang, erhält er bei Inode auch diesen Preis. Eben-

"Die Connectivity ist heute nur ein kleiner Teil des Geschäfts, viele Provider bieten ein breites Spektrum an Dienstleistungen."
Kurt Einzinger, ISPA

falls neu im Angebot ist die Speedconnect SDSL-Reihe (symmetrisches DSL) von Silverserver, mit Bandbreiten von 768 Kbit aufwärts.

UTA, Eunet und TA

UTA wiederum setzt derzeit im umkämpften KMU-Markt auf Produkt-Kombinationen. „UTA Professional Gate" umfasst z.B. Telefonie und Breitband-Internet (ISDN-Basisanschluss und xDSL Internetzugang mit 512/128 Kbit, unlimitierter Download). Die Angebotspalette reicht wie überall bei den „Großen" bis hin zur Standleitung. Die Eunet, etwas mitgenommen durch das ständige Auf- und Ab in punkto Eigentümer bzw. drohendem Konkurs, bietet Solides: SuperNet heißt das Dial-In-Einstiegsangebot inkl. Webspace und 20 MB Speicherplatz. ADSL-Services gibt es in verschiedensten Bandbreiten. In Kürze wird auch Eu-

Kommunikation nach Maß.

xDSL – Schnelles Internet ohne Limits

Kein Unternehmen ist wie das andere. UTA hat einzigartige Kombipakete aus Telefonie und Internet für kleine und mittlere Unternehmen entwickelt. Ab sofort auch mit UTA Business xDSL verfügbar

▸Maßgenau!
Abhängig von Ihren Anforderungen passen sich Zugangsgeschwindigkeit, eMail-Adressen, Webspace, etc. an.

▸Pfeilschnell!
Highspeed-Internet durch UTA-Breitbandanschluss über das UTA-eigene Glasfasernetz.

▸Kostenbewußt!
Fixer Preis und kalkulierbare Kosten durch unlimitiertes Downloadvolumen. Keine Beschränkung des Datenverkehrs.

▸Sicher!
Direkter Zugang über das flächendeckende, maximal ausfallssichere UTA Hochleistungsnetz. Österreichweites Vertriebsnetz mit exzellenter Beratung und lückenlosem Service.

▸All-in-One!
Alle Telefonie- und Internetlösungen aus einer Hand. Von nur mehr einem einzigen Anbieter, mit einem Vertragspartner und einer Rechnung.

▸Jetzt umsteigen!
Einfacher und problemloser Wechsel von Ihrem bisherigen Anbieter zu UTA – vom Domain-Transfer bis zur reibungslosen Integration aller Services in Ihr Unternehmen.

AHA PUTTNERBATES

Ganz nach Ihrem Geschmack?
Für Ihre Kommunikationslösung nach Maß rufen Sie:
UTA BusinessLine: 0 800-800 882 oder **www.uta.at**

UTA

UTA schmeckt einfach besser.

Telefonie. Internet. Solutions.

net symmetrische DSL-Services einführen - die geplanten Bandbreiten reichen von 512 bis 2048 Kbit, ein fertig konfigurierter Router ist im Leistungspaket inkludiert. Nextra, immer schon spezialisiert auf den KMU-Markt, bietet z.B. mit Nextra Easy ADSL einen Zugang für zwei Rechner gleichzeitig inklusive Router, Firewall, eigener Domain, Webspace und 5 Mail-Adressen. Aber auch ADSL-Lösungen für bis zu 50 Arbeitsplätze und Standleitungen können bei Nextra geordert werden.

"Nur wer eigene Infrastruktur anbieten kann, wird auf Dauer am Markt bleiben."
Michael Gredenberg, Geschäftsführer Inode

Und was macht der Marktführer in diesem Spiel? Die Telekom Austria setzt auf ihr umfassendes Netzwerk, ihre Bekanntheit und Marktstabilität und hat damit (noch) die Nase vorn: Geboten werden Business Access xDSL-Produkte und Standleitungen, in vielen Variationen unter dem Motto „flexibel und modular" - zumeist jedoch teurer als bei der Alternativ-Konkurrenz. Ein Preis-Leistungs-Vergleich lohnt sich daher auf alle Fälle. Bei großen Unternehmen gilt: Nicht nur die Standleitung allein macht es aus, sondern das komplexe Gesamt-Internet-Angebot - Stichwort Unternehmensvernetzung, Security, VPN, WLAN, Hosting und/oder Housing etc. - sowie die Zufriedenheit mit dem gebotenen Kunden-Service und dem jeweiligen Betreuer. Große Unternehmen setzen in punkto Connectivity auf zumindest zwei Provider - um auf alle Fälle für Ausfälle gerüstet zu sein.

Markt-Neueinsteiger

Dass der Markt „heiß" und viel versprechend ist, wollen jetzt auch einige Anbieter nutzen, die bisher eher im Privatmarkt aktiv waren. So plant T-Online, Ende des 2. Quartals in den Business-Markt einzusteigen und Small & Home Offices sowie Kleinbetrieben mit Produkt-Bundles (Internet-Zugang plus Hosting mit und ohne Domain als Einzel- oder Mehrplatzlösung) zu gewinnen. Außerdem wird auch eine Wireless-Lösung zur Verfügung stehen.

„Der Trend für den KMU-Bereich geht aus unserer Sicht klar in Richtung einfache, transparente Komplettlösung. Darüber hinaus wird das Thema Sicherheit (z.B. Virenschutz) immer wichtiger. Auch Wireless-Lösungen erfreuen sich zunehmenden Interesses", bekräftigt T-Online-Geschäftsführerin Alexandra Reich. Neben den „Deutschen" plant UPC/Telekabel/Chello für Mai den offiziellen Einstieg in den KMU-Markt. Details über die Produkte waren hier allerdings noch keine zu erfahren.

Technische Voraussetzungen

Wichtige Qualitäts-Kriterien bei der Provider-Wahl sollte vor allem die technische Infrastruktur, Verfügbarkeit und die gebotenen technischen SLAs (Service Level Agreements) sein. Diese sollten natürlich nach der Entscheidung für den jeweiligen Zugang auch schriftlich im Vertrag bestätigt sein. Die großen Anbieter verfügen alle über einen leistungsstarken Backbone - trotzdem lohnt sich auch hier ein Vergleich, insbesondere dann, wenn man einen guten „Draht" in bestimmte Länder benötigt.

Die Pressestelle der TA gibt die Kapazität ihres Backbones mit 2,4 Gbit/s an, bei der UTA heißt es „österreichweites Backbone-Netz mit 10 Gbit/s" - das scheint etwas viel, offen bleibt allerdings, was

"Der Trend für den KMU-Bereich geht aus unserer Sicht klar in Richtung einfache, transparente Komplettlösung."
Alexandra Reich, T-Online

alles zum Backbone-Netz zählt. Eunet ist neben dem Backbone und der direkten Anbindung an die wichtigsten europäischen Internet-Exchanges in Frankfurt (DE-CIX), Amsterdam (AMS-IX) und London (LINX) besonders stolz auf die Eunet-SLAs, womit den Kunden seit 1998 (!) hochverfügbare, schnelle und sichere Services garantiert werden (siehe www.eunet.ag.at/sla).

Vielleicht neben dem renommierten Eunet-Kundenkreis ein weiterer Grund für Tiscali, begehrlich die Finger nach Eunet auszustrecken. Eunet-Sprecherin Brigitte Zadrobilek: „Das due diligence Verfahren ist im Laufen, in etwa einem Monat rechnen wir mit einem Ergebnis." Tiscali selbst bringt jedenfalls international hohe technische Voraussetzungen mit: Der internationale Tiscali Backbone gehört zu den größten europäischen Netzwerken,

"Wir sehen eine überproportionale Zunahme im Bandbreitenbedarf auch bei Klein- und Mittelbetrieben."
Achim Kaspar, Vorstandsvorsitzender eTel

weiters gibt es 12 PoPs in den USA. In Österreich sind Wien, Linz und Graz via Ring-Struktur über vergleichsweise bescheidene jeweils 34 MB redundant angebunden.

Service und Preis als wichtige Kriterien

Technik gut und schön, doch „was wiegt's, des hat's" denkt sich manch kleine Unternehmer: Der Preis ist gerade in diesem Kundensegment ein wichtiger Faktor. Da der Markt umkämpft ist - es herrscht ein wahres „G`riss" um das letzte Viertel von Unternehmen ohne Internet-Zugang - gehen die Preise nach wie vor tendenziell nach unten. Wie gesagt, es lohnt sich, den bedarfsgerechten Internet-Zugang preislich bei mehreren Anbietern zu vergleichen. Letztlich ist die Auswahl dann eine Sache des Vertrauens - und das wissen auch die Anbieter und überschlagen sich mit Service-Bereitschaft.

Die kostenlose Support-Hotline z.B. gehört im Business-Bereich bei den großen Anbietern zur Selbstverständlichkeit. Wichtig wären aber auch solche Punkte wie korrektes Billing und eine kompetente und freundliche Kunden-Hotline - und da haben vor allem die großen Anbieter, allen voran die TA und UTA, massive Probleme bzw. in den Call-Centern Personal im Einsatz, dass man sich nur wundern kann.

Chance lokaler Anbieter

Kleinere, lokale Internet-Anbieter sehen ihre Chancen in der lokalen Nähe, dem persönlichen Bezug zu den Kunden, ihrer eigenen kleinen flexiblen Struktur, die ein rasches Handeln erlaubt, sowie in der Spezialisierung auf verschiedene Produkte und Services.

Ein Sonderfall ist der in Baden ansässige Provider yc net:works, der mit 20 Mitarbeitern im Jahr 2003 einen Umsatz von 3 Mio. Euro zu erwirtschaften plant und seit der Gründung laut Eigenaussage Gewinne einfährt. Das zu 100 Prozent in Privatbesitz befindliche Unternehmen betreut zur Zeit 2.000 Internet-Business-Kunden, darunter Almdudler, die Styrian Airways, die Japanische Botschaft, die Sacher Hotels oder die High Tech Plastics AG. Vom Einwahl-Zugang über ADSL (seit Beginn an, jetzt auch entbündelte ADSL-Services) bis hin zu Standleitungen wird alles in Sachen Internet-Connectivity geboten. Service und Netzqualität wurden bereits mehrfach ausgezeichnet und gehören für yc net:works zu den wichtigsten Schlüsselfaktoren im Sinne des

Anbieter in alphabetischer Reihenfolge

www.colt.at 01/20500-0
www.etel.at 08000 08000
www.eunet-ag.at 01/899 33-0
www.inode.at 05 99 99-0
www.nextra.at 01/525 33-700
www.prioritytelecom.at . . .0800 252 252
www.salzburg-online.at . . .0800 660 660,
Standleitungs-Info: . . .0662/8884-2166
www.sil.at 01/49 33 256
www.telekom.at 0800 100 800
www.tiscali.at 0810 555 600
www.t-online.at 0800 300 666
www.uta.at 0800 800 882
www.ycn.at 02252/86 86 00
weitere Provider: siehe www.ispa.at

Kunden. Seit Mitte April hat yc net:works bei allen ADSL-Zugängen die Bandbreite standardmäßig von 512/64 auf 768/128 Kbit erhöht, ADSL gibt es in verschiedensten Variationen für jeden Bedarf vom Einstiegs-Zugang ADSLmini bis zum ADSL Netzwerk-Zugang inklusive Router.

Für das laufende Jahr verspricht der technische Leiter Markus Acs zwar keine sensationellen Neuerungen, aber „dafür werden die bestehenden Technologien noch mehr im Sinne des Kunden optimiert werden. Das heißt für den ADSL-Bereich Änderungen bei den zur Verfügung stehenden Übertragungsraten. Im Standleitungsbereich bedeutet dies noch sicherere Verbindungen und mehr Backup." Daneben wird auch an SDSL-Services in den entbündelten Ballungszentren gerade eifrig „gebastelt".

Trends und Entwicklungen

„Breitband" ist in aller Munde. „Wir sehen eine überproportionale Zunahme im Bandbreitenbedarf auch bei Klein- und Mittelbetrieben" betont Achim Kaspar, Vorstand bei eTel. Neben dem hohen Breitbandbedarf „kommt ein immer größeres Bedürfnis der Geschäftskunden nach Sicherheitskonzepten", sieht Thomas Heschl, Vertriebsleiter bei Tiscali, außerdem ein hohes Bedürfnis nach Sicherheit im Datenverkehr. Ganz ähnlich auch die Position von Helmut Leopold, Leiter Produkt- und Technologiemanagement der TA: „Die Kunden benötigen immer höhere Bandbreiten und größere Transfervolumen, aber gleichzeitig steigt auch die Bedeutung des Themas Sicherheit wie etwa Firewalling und Virenschutz".

"Die ADLS-Zugänge werden weiter ausgebaut werden."
Bertram Barth, Integral

Der österreichische Business-Kunden-Markt „geht eindeutig in Richtung DSL-Technologie, mehr Bandbreitenbedarf bei Standleitungen, Internet-Security sowie mobile Internet (Teleworking)", fasst Ferdinand Leitner, Vorstandsvorsitzender bei Eunet, zusammen. Im Breitband-Markt setzt Inode voll auf Entbündelung. „Nur wer eigene Infrastruktur anbieten kann, wird auf Dauer am Markt bleiben", ist sich Inode-Geschäftsführer Michael Gredenberg sicher. Ein wichtiges Kriterium wird im KMU-Segment mit Sicherheit der Preis sein, aber „neben dem Preis werden die Kriterien Zuverlässigkeit, Performance und vor allem Sicherheit immer mehr an Bedeutung gewinnen" glaubt Christoph Arbeiter, verantwortlich für Business Development bei Nextra.

Ausblick 2003

Trotz aller Breitband-Euphorie der Anbieter: Das Medium Internet wird von den österreichischen Unternehmen lt. AIM Business noch eher gering eingeschätzt. Während Telefonieren über das Festnetz mit einer mittleren Note von 1,8 sehr gut abschneidet, rangiert das Internet bei den Unternehmen mit der Note 3,1 - also einem glatten Befriedigend - doch recht weit abgeschlagen.

Integral-Marktforscher Barth erklärt sich das so: „Die meisten Verwender haben kein Interesse an komplizierten Details und wollen im wesentlichen problemlos über Mail kommunizieren, im Internet surfen und sich über eine Unternehmens-Homepage präsentieren" Jene Provider, die ihre Angebote demgemäß einfach und verständlich kommunizieren und für einen stabilen Internet-Zugang sorgen, werden jetzt und in Zukunft Erfolg haben, glaubt Barth an eine recht einfach klingende Erfolgsformel. Die Provider müssen jedenfalls der Realität und ins Auge sehen. Und die liegt noch weitab von Breitband-Boom und Internet-Euphorie: Nur 13% der Unternehmen verkaufen Produkte im Web, nur 5% haben dazu auch eigene Software (d.h. e-Shop-Lösungen) installiert. ❑

Lesen Sie im nächsten Monitor: Hosting und Housing in Österreich

SDSL von EUnet
Für Kunden, den den Unterschied schätzen

EUNET

SDSL eröffnet viele neue Chancen und Geschäftsfelder für Business-Kunden. Mit gleicher up- und download-Geschwindigkeit lassen sich problemlos Grafiken, Bilder und E-Mails mit großen Attachments versenden, ein eigener Server-Betrieb oder Virtual-Private-Networks (VPN) realisieren.

Für Jeden das Passende

SDSL-Flex richtet sich mit einer Grundgebühr ab € 120,- (exkl. MwSt.) an Kunden mit geringem Datenaufkommen. **SDSL-Volume** inkludiert Datenvolumina ab 15 GB und eignet sich ab € 230,- (exkl. MwSt.) monatlich für alle, die ihr Datenvolumen abschätzen können. **SDSL-Flat** ist mit unlimitiertem Datenvolumen und inkludiertem Web-Hosting 300 ab € 370,- (exkl. MwSt.) pro Monat die Profilösung. Die Produkte sind in drei Bandbreiten (512, 1024 und 2048 kBit/s) verfügbar, mit einem vorkonfigurierten Router ausgestattet und flexibel erweiterbar. Wer sich bis 30. Juni für ein SDSL-Produkt von EUnet entscheidet, erhält einen **Bonus von € 100,-** auf die Einrichtungskosten.

Garantierte Bandbreite

Mit gleicher Geschwindigkeit beim Hinauf-und Herunterladen von großen Datenmengen wird das Internet zeitsparend genutzt. Wie viel von der bestellten Bandbreite tatsächlich zur Verfügung steht, ist entscheidendes Kriterium für eine qualitativ hochwertige Leitung. Wird die Kapazität auf Providerseite nicht rechtzeitig erhöht, kommt es mit steigender Kundenanzahl zu schlechter Verfügbarkeit. Für EUnet ist es daher oberste Priorität, bei jedem Internet-Zugangsservice entsprechende **Service-Level-Agreements** zu garantieren, zu messen und transparent darzustellen. EUnet bietet daher - wie bei allen Wählleitungs- und Standleitungsverbindungen - auch für alle SDSL-Produkte spezielle Service-Level-Agreements.

Alle Infos zu SDSL gibt es unter www.eunet-ag.at/sdsl. EUnet SDSL kann man unter http://shop.eunet-ag.at oder unter +43 (1) 899 33 - 555, sales@eunet-ag.at bestellen.

Mit Business Access von Telekom Austria können Unternehmen die Nutzung des Internets ganz auf ihre Bedürfnisse maßschneidern.

Individuelle Internetlösungen für Unternehmen

Das Internet ist aus dem heutigen Geschäftsleben nicht mehr wegzudenken. Telekom Austria hat mit Business Access diesem Faktum Rechnung getragen und ein umfangreiches Produktportfolio für professionelle Anwender entwickelt. Egal ob Klein-, Mittel- oder Großbetrieb: Unternehmen können mit Business Access ihre individuelle Internet-Strategie verfolgen und ihren eigenen Geschäftsmodellen anpassen.

Dabei geht es nicht nur um Standardfeatures, wie den bestmöglichen Internetzugang oder um ein effizientes Abwickeln von Services wie E-Mail oder die Bereitstellung von Webspace. Business Access bietet auch mehrere Tarifmodelle, optional ausbaubare Sicherheits-Stufen und den Einsatz drahtloser Netzwerkverbindungen.

Internet-Zugang nach Maß

Schon beim Zugang ins Internet kommt es darauf an, die richtige Lösung zu finden. Benötigt ein Unternehmen einen ständigen Online-Zugang, oder genügt eine leistungsfähige Wählverbindung?

Mit einer Dial-In-Verbindung sind zwar nur maximal 64kbit/s per ISDN möglich, aber für kleine Unternehmen oder Selbständige ist dies oftmals ausreichend. Im Gegensatz dazu können Unternehmen mittels Standleitung permanent und mit hohen Bandbreiten online sein. Unternehmen, für die ISDN unter-, eine Standleitung aber überdimensioniert wäre, können auf XDSL-Zugänge setzen, die bis zu 30mal schnellere Internet-Verbindungen als das herkömmliche ISDN-Verfahren ermöglichen.

Business Access XDSL und Standleitungszugänge bieten durch unterschiedliche Bandbreitenprofile weitere Möglichkeiten, den Zugang entsprechend den Unternehmensbedürfnissen zu segmentieren. So stehen beim XDSL- und beim Standleitungszugang mehrere Tarifmodelle zur Auswahl.

Leistung im Paket

Telekom Austria hat um seine Business Access Zugänge ein Standardpaket geschnürt, das Unternehmen eine ganze Reihe an nützlichen Internet-Services zur Verfügung stellt.

Dieses Standardpaket beinhaltet unter anderem:

- bis zu 20 E-Mail-Adressen,
- Services zur Mailverwaltung,
- 50MB Webspace für die Unternehmenshomepage,
- eine Second Level Domain,
- Onlinestatistik,
- ein Selfcaretool zur raschen Anpassung der Anschlusskonfiguration
- sowie Zugriff auf das Online-Firmenbuch, die Grundstücksdatenbank und Finanz-Online (Abfragen sind kostenpflichtig).

Anpassbar und sicher

Dieses Standardpaket kann natürlich individuell erweitert und ausgebaut werden. Als optionale Leistungen sind zusätzlicher Webspace ebenso verfügbar wie weitere Mailboxen oder eine weitere Domain.

Für hohe oder höchste Sicherheitsansprüche ist neben „Basic Secure" das „Firewalling" im Rahmen von „Advanced Secure-" oder „Professional Secure"-Services vorgesehen. Hier lassen sich auch High-End-Lösungen realisieren: auf Basis von VPN-Verbindungen ist dann die sichere Anbindung von Unternehmensfilialen oder Außendienstmitarbeitern möglich. Zusätzliche Sicherheits-Dienstleitungen von Telekom Austria beinhalten auch Managed Services wie den Betrieb der Firewall samt event-abhängiger Alarmierung des Telekom Austria Network Management Center.

Eine interessante Erweiterungsmöglichkeit bietet Business Access Wireless LAN: Unternehmen können damit mobile Geräte oder Standgeräte drahtlos in ihr Netzwerk einbinden.

Modernste Technologie schafft Vertrauen

Alle Business Access-Lösungen basieren auf modernster Netzwerktechnologie und profitieren vom umfangreichen technischen Know-how von Telekom Austria. Das Rückgrat bildet das hochwertige, redundant ausgelegte Telekom Austria Netzwerk mit seiner breiten Anbindung an internationale Daten-Backbones. Derzeit ist das IP-Netz von Telekom Austria mit einer Bandbreite von über 1Gbit/s an das weltweite Internet angebunden.

Business Hotline 0800 100 800
http://business.telekom.at

Transfervolumen nach Wahl

Dial-In
Keine Beschränkung des Transfervolumens: Die Verrechnung erfolgt nach pauschalierten Stundenpaketen.

XDSL und Standleitung

■ Volume on Demand
Hier wird nur die Zugangsleistung in einer monatlichen Pauschale verrechnet. Die Abrechnung erfolgt nach tatsächlich genutztem Transfervolumen im Rahmen einer Staffelregelung

■ Fixed Volume
Frei wählbares, standardmäßig inkludiertes Transfervolumen, mögliche Datenguthaben sind 1GB, 3GB, 5GB, 10GB, 20GB, 50GB

■ Unlimited Volume
Unlimitierter Datentransfer, die Abrechnung erfolgt je nach der zur Verfügung gestellten Zugangsbandbreite

WERBUNG, Vorbehaltlich Satz- & Druckfehler

Breitband-Partnerschaft: Telekom Austria & Marktgemeinde Grafenwörth

Die Installation eines WLAN (Wireless Local Area Network) macht Grafenwörth zu Österreichs erster Gemeinde mit 100%-iger Breitband-Versorgung.

Mitte April wurde von Helmut Leopold, oberster Produktmanager bei Telekom Austria, und dem Bürgermeister von Grafenwörth ein vielseitig beachtetes Vorzeigeprojekt vorgestellt: Grafenwörth wurde durch die Installation eines WLAN (Wireless Local Area Network) zu Österreichs erster Gemeinde mit 100%-iger Breitband-Versorgung. Neben dem technologischen Aspekt ist an dem Projekt gleichermaßen die Zusammenarbeit einer Gemeinde und dem größtem Telekommunikationskonzern Österreichs beachtenswert.

Im Rahmen eines Pilotprojektes stellt Telekom Austria den Bürgern und Unternehmen von Grafenwörth versuchsweise eine Breitband-Anbindung an das Internet für 3 Monate zur Verfügung. Dort, wo ADSL über Kupferkabel nicht möglich ist, wird WLAN zur Verfügung gestellt.

Schwerpunkt Niederösterreich

Nicht ohne Grund wurde eine niederösterreichische Gemeinde für das Pilotprojekt einer Public Private Partnership herangezogen: einerseits liegt die Verfügbarkeit von ADSL in Niederösterreich mit gut 50% deutlich unter dem österreichweiten Schnitt von 80%; andererseits gibt es immer wieder kritische Stimmen, die auf drohende, regionale Wettbewerbsnachteile hinweisen, die sich durch den zügigen Ausbau der Infrastruktur der östlichen Nachbarländer leicht ergeben könnten. Standortentscheidungen werden von Unternehmen immer mehr von der Verfügbarkeit und Qualität vorhandener Infrastruktur abhängig gemacht.

Somit stellt eine flächendeckende und stabile Breitbandanbindung - gerade in Hinblick auf die EU-Erweiterung - einen wesentlichen Faktor für den Wirtschaftsstandort Österreich dar. Aus den genannten und anderen Gründen plant Telekom Austria für heuer bedeutende Investitionen in Niederösterreich, so dass Ende 2003 schon 70% der Bevölkerung über einen Zugang zum schnellen Internet verfügen können.

Public Private Partnership

Der Bürgermeister von Grafenwörth, Landtagsabgeordneter Mag. Alfred Riedl, hat die immanente Bedeutung der Versorgung der gesamten Katastralgemeinde Grafenwörth erkannt und hat auf den Vorschlag von Telekom Austria mit großem Interesse reagiert. Alfred Riedl: „Wir sehen die Breitband-Anbindung als eine zukunftsträchtige und sichernde Investition in den Standort Grafenwörth. Keine Frage, dass Wirtschaftstreibende, Bürger, Vereine und nicht zuletzt die Gemeindeverwaltung selbst davon profitieren."

Alfred Riedl sieht auch als Büger die Breitbandtechnolgie als absolutes Muss für Wirtschaft, Bürger und Verwaltung. Rudolf Fischer, Vorstand von Telekom Austria, hat sich den weiteren Ausbau von ADSL seit langem auf seine Fahnen geheftet und ergänzt sinngemäß: „Wir haben als Branchenleader bei der Einführung neuer Technologien immer schon eine führende Rolle gespielt. Jetzt stellen wir dieses Standing erneut unter Beweis, indem wir den Wünschen der niederösterreichischen Bürger entsprechen."

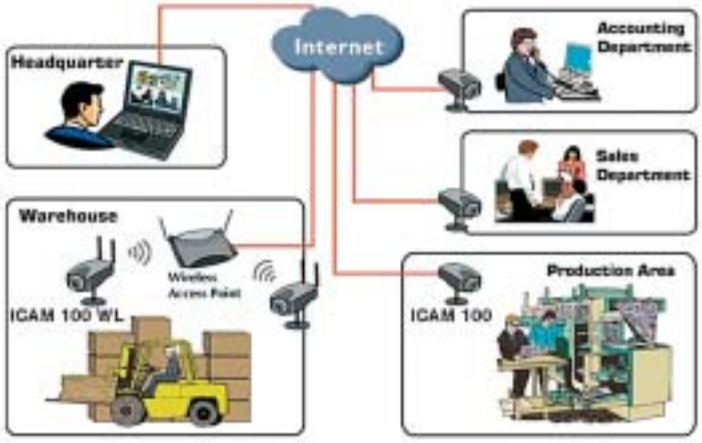
Grafenwörth ist eine Vorzeige-Gemeinde für die gute Zusammenarbeit von Verwaltung und Wirtschaft. In einem nächsten Schritt unterstützt Telekom Austria die Anbindung der hiesigen Schulen, um die Basis für eine der wichtigsten zukünftigen Anwendungen aufzubereiten: e-Learning. Im Rahmen der Eröffnung wurde in Grafenwörth eine Schulung mittels interaktivem Video-Conferencing demonstriert.Die flächendeckende und vollständige Versorgung von Grafenwörth und der sechs dazugehörigen Katastralgemeinden erfolgt im Falle des Pilotprojektes aus einer Mischung von ADSL und WLAN; mit ADSL alleine wäre Breitband nur für 20% der Standorte zugänglich. Alle Interessenten außerhalb des ADSL-Radius werden im Zuge des Projektes mit einer WLAN-Empfängerantenne und Modem ausgerüstet und haben dadurch über den so genanten Access Point Zugang zu Netzwerk.

Staatliche Förderung

Was von führenden Vertretern der Telekommunikationswirtschaft seit langem gefordert wurde, plant Finanzminister Karl-Heinz Grasser nun in die Tat umzusetzen: die staatliche Förderung von Breitbandanschlüssen wird ab Sommer dieses Jahres als Sonderausgabe absetzbar sein. Die skandinavischen Staaten, allesamt Vorreiter in Sachen Breitband, konnten die hohe Breitband-Penetration nur durch öffentliche Föderungsmodelle erreichen. Laut einer Studie von ECTA (European Competitive Telecommunications Association, Großbritannien) musste Österreich 2002 den Verlust seiner Vorreiterrolle beim ADSL-Ausbau hinnehmen.

Weitere Informationen zu Breitband-Partnerschaft: Tel. 0800 100 100 / WLAN: http://business.telekom.at

Drahtlose Netzwerkverbindungen lassen sich sehr flexibel einsetzen - mit einer neuen Wireless Internet-Kamera eröffnet KSI jetzt auch dem Überwachungs- und Sicherheitsbereich neue Anwendungsmöglichkeiten.



Wireless Internet-Kamera: Alles im Blick

IP-basierte Kameras für Überwachungslösungen sind nichts Neues und werden bereits vielfach eingesetzt. Mit der neuen Wireless Kamera ICAM-100 WL können diese Funktionen jetzt aber auch ohne Kabelverbindung wahrgenommen werden. „Live-Ereignisse" werden über ein LAN oder das Internet übertragen. Die Kamera benötigt für ihren Betrieb auch keinen PC. Es genügt ein Stromanschluss (230 V).

Die Wireless Kamera lässt sich im Wirkungsbereich eines Wireless AccessPoints frei positionieren. Sensible Firmenbereiche lassen sich so flexibel überwachen, wie zum Beispiel Empfangszonen, Zu- und Ausgänge oder Serverräume mit elektrischen Türöffnern. Natürlich kann man mit dieser Kamera auch das eigene Wochenendhaus „im Blick behalten".

Ein „Remote View" ermöglicht den Fernzugriff auf die Kamera. Automatische Alarm-Abläufe können aktiviert werden, wenn der „Trigger" aktiviert ist. Diese automatischen Abläufe reichen von der Sirene bis zum „Stummen Alarm". Dabei können mit zusätzlicher Hardware SMS oder E-Mails generiert werden, die zum Beispiel automatisch Überwachungsbehörden benachrichtigen. Die Systemintegration ist einfach. Unterstützt werden 10/100 Mbps Ethernet, 802.11b „Wireless" und „Plug-n-Watch". Mit einer Add-On-Funktion können Administratoren einem gesamten Team Zugriff auf die Kamera gewähren. Mit der mitgelieferten Software können Benutzer bis zu 16 Kameras gleichzeitig über einen PC verwalten.

Zu den Funktionen der Kamera zählen:

- „LIVE"- Bilder
- Remotekonfiguration
- Snap Shot
- Videoaufnahme

Die Lieferung erfolgt inklusive schwenkbarem Stehfuß. Dieser ist auch für Wandmontage geeignet.

Technische Daten:	ICAM 100	ICAM 100 WL
Video		
Auflösung	640 x 480 pixel	
Video Sensor	1/3" Color CMOS sensor, automatischer Weißabgleich	
Belichtung	Electronics 1/60 ~ 1/15000 sec	
Minimales Licht	2.5 lux@F1.4, 3000K color	
Blende	f=1.8	
Fokusbereich	20 cm bis unendlich	
Bild		
Bildkompression	JPEG	
Frame Rate	30fps@QSIF, 20fps@QSIF, 3fps@VGA	
Kompressionsgrad	5 Stufen (Very low, Low, Medium, High, Very High	
Frame Rate	1, 5, 7, 15, 20, auto (hängt vom Video-Format ab)	
Video - Auflösung	160x120, 320x240, 640x480	
System Hardware		
LAN Anschluss	1 x RJ-45, 10/100 Mbps auto negotiation	
Wireless LAN	---	2 x RP-SMA für WL-Antennen
LED´s	Power LED (Blau), LAN Aktivität (Orange) Achtung: LED-Modus kann durch die Software geändert werden	
Abmessungen	170 mm x 90 mm x 61 mm (ohne Antennen)	
Gewicht	290 g	390 g
Strom-Adapter	5 V DC / 2.4 A	
Betriebstemperatur	+5°C bis +50°C	
Luftfeuchtigkeit	5% - 95% nicht kondensierend	
Steuerung		
Standards	IEEE 802.3, 802.3u, 10Base-T, 100Base-TX	IEEE 802.3, 802.3u, 802.11b, 10Base-T, 100Base-TX
Protokolle	HTTP, FTP, TCP/IP, UDP, ARP, ICMP, BOOTP, RARP, DHCP, PPPoE	
Steuerungsprogramm	Internet Browser (Java oder Active X installiert/aktiviert) oder Windows-basierendes Programm von CD	
Software	Win98/2000/ME/XP	

KSI Kontakt-Systeme Inter Ges.m.b.H.
Tel. 01/610 96-0
http://www.ksi.at

NETWORKSUPERVISION™

Unser neuer OptiView™ Integrated Network Analyzer lässt andere Prüfgeräte alt aussehen. Warum? Weil er nicht nur Datenpakete erfasst und Hardware testet, sondern alle Test-Tools enthält, die den Einblick in alle sieben Schichten des OSI-Modells ermöglichen. Das alles in einem attraktiven Handgerät mit einem Bildschirm, der alle wichtigen Daten gleichzeitig anzeigt. Dank dem großen intuitiven Farb-Touchscreen ist die Bedienung so einfach wie das Zeigen mit dem Finger. RMON2-Kapazität? Gigabit Ethernet-Fehlersuche? Fernbetrieb über das WWW? Dreimal ja. Rufen Sie uns noch heute an, und wir zeigen Ihnen die Zukunft Ihres Netzwerks. Inzwischen können Sie den OptiView unter **www.flukenetworks.com/optiview** live erleben. Sie werden Ihren Augen nicht trauen.

FLUKE networks™

Schoeller Network Control
Beichlgasse 8 A-1101 Wien
Tel.: +43 (0)1 6892929-0
Email: snc@schoeller.at
www.schoeller.at/snc

schoeller

Qualysoft im Dienst der professionellen Systemüberwachung

Qualysoft bietet mobiles Überwachungssystem für heterogene IT-Infrastrukturen

Das österreichische IT-Dienstleistungsunternehmen Qualysoft hat sein Dienstleistungsangebot mit der Einführung von „i-Guard", einem plattformunabhängigen Softwareprodukt für die Überwachung der IT-Infrastruktur, erweitert.

Durch den Einsatz von i-Guard reduzieren sich die IT-Betriebskosten und verbessern sich die Verfügbarkeit und die Sicherheit der IT-Infrastuktur.

Die laufende Überwachung der IT-Infrastruktur verschlingt überall erhebliche Ressourcen. Sowohl die Überwachung als auch die schnelle Erkennung und Beseitigung von Funktionsstörungen sind wesentlich für den ungestörten Betrieb jedes Unternehmens. Mit Hilfe einer automatisierten Überwachung können IT-Infrastrukturen mit geringem Aufwand beobachtet und kontrolliert werden. Damit gewinnen Unternehmen mehr Ressourcen und können sich stärker auf ihre Kernaufgaben konzentrieren. Dafür soll i-Guard eine zuverlässige und kostengünstige Lösung bieten.

i-Guard ist ein mobiles Überwachungssystem auf Microsoft Windows-Basis. Dank seiner ausgefeilten Module ist es in der Lage, die Überwachung sämtlicher lokalen oder über ein Netzwerk zugänglichen Komponenten vorzunehmen. Wegen ihrer Plattformunabhängigkeit eignet sich i-Guard auch zur Überwachung heterogenster IT-Umgebungen. Die offene Systemarchitektur erlaubt jederzeit die Integration und individuelle Konfiguration später angeschaffter oder geänderter Komponenten ohne Beeinflussung des laufenden Betriebs. i-Guard bietet zahlreiche Managementmöglichkeiten, eine notwendige Alarmierung kann sowohl über das GSM-Netzwerk per SMS oder Anruf, sowie durch e-Mail erfolgen.

Mehr Information über i-Guard erhalten Sie unter i-Guard@qualysoft.at

Stapelbare Speicherlösung

Mit der M-Serie erweitert Tandberg seine Tape-Automation-Palette um besonders leistungsfähige Libraries.

Durch ihr modulares Design bieten sie eine für Midrange-Umgebungen bisher nicht erreichte Skalierbarkeit. Die stapelbaren Grundmodule erlauben es Unternehmen, ihre Datensicherungslösungen jederzeit dem tatsächlichen Speicherbedarf anzupassen. Sie müssen dazu bestehende Systeme weder ausbauen, abschalten oder gar die Library-Plattform wechseln. In der höchsten Ausbaustufe erreicht eine Library der M-Serie unkomprimiert 40TB Speicherkapazität und eine Transferrate von bis zu 1,2TB pro Stunde.

Für den Einstieg stehen zwei unterschiedliche Grundmodule jeweils auf SDLT- oder LTO-Ultrium-Basis zur Verfügung. Das „kleinere" 4 HE (17,78cm) hohe M1500 kann mit ein oder zwei Laufwerken und bis zu 25LTO-Ultrium-Cartridges (2,5TB unkomprimiert) oder 21 SDLTtape Cartridges (3,36TB unkomprimiert) bestückt werden. Das 13,5 HR (60,96cm) hohe M2500 ermöglicht, bis zu sechs Laufwerke und 100 LTO-Ultrium- bzw. 84 SDLT-Cartridges zu integrieren, wodurch eine sehr platzsparende Tape-Library-Lösung ermöglicht wird.

http://www.tandberg.com

Kleiner Scanner für große Familien

Ich möchte dem HP Photosmart 1200 seine technischen Qualitäten nicht absprechen. Er hält, was HP verspricht. Nur ist das Versprechen - Bilder bis zu einem Format von 10x15 cm auch ohne PC, dafür aber mit Batterien einzuscannen - ein eher unsinniges.

Andreas Roesler-Schmidt

Ich habe mich wirklich bemüht, auch nur eine einzige sinnvolle Anwendung für den tragbaren Scanner zu finden, solange mir das Gerät zum Testen zu Verfügung stand. Schließlich bekommt man für rund 100 Euro auch „ausgewachsene normale" Scanner. Die können freilich nicht unterwegs scannen. Aber das kann der Photosmart 1200 auch erst, wenn man eine Speicherkarte gekauft hat. Denn im Lieferumfang ist keine enthalten, so kann man zunächst nur konventionell in den PC scannen.

In meiner Ratlosigkeit, wozu ich denn den etwa zwei Drittel eines Laptops großen Scanner unterwegs überhaupt brauchen könnte (er ist nicht schwer, aber ohne Grund trage ich ihn noch lange nicht durch die Gegend), konsultierte ich sogar den dem Testgerät beigelegten „Reviewer's Guide".

HP schlägt hier zum Beispiel vor, bei jedem Verwandtenbesuch den Scanner mitzunehmen, damit man die wertvollen Familienfotos nicht ausborgen muss. Die Speicherkarte mit den eingescannten Bildern soll man am besten noch während des Besuchs in den nächstgelegenen Drucker stecken, um Nachdrucke zu erstellen. Ihre Verwandten werden sich riesig freuen! Oder bringen Sie neben dem Scanner auch eigene Tintenpatronen mit? Wenn Sie nach der letzten Druckorgie bei Ihren Verwandten Hausverbot bekommen haben, können Sie auf einen anderen Rat von HP zurückgreifen: Schicken Sie den Scanner per Post an ihre Familie und warten Sie bis sie ihn mit gefüllter Speicherkarte wieder zurückschickt. „So entsteht ein beeindruckendes Album für eine Wiedersehensfeier." Es sei denn, Ihre Verwandten behalten den Scanner ein, um schlimmeres zu verhindern.

Ich habe dann beinahe doch noch eine sinnvolle Anwendungsmöglichkeit für den kleinen Scanner gefunden: Man kann den Deckel abnehmen und ihn dann in einer Bibliothek bäuchlings in ein Buch hineinlegen, um Auszüge einzuscannen und digital „mitzunehmen". Dumm nur, dass die meisten Bücher zu groß für die Scannfläche sind. Lobenswerter Weise ist diese an der Unterseite des Geräts aufgezeichnet, so dass man wenigstens weiß, was nicht im Bild sein wird. Es liegt dem Scanner übrigens ein Programm bei, das aus vier einzeln eingescannten Teilbildern ein A4-Bild zusammensetzen kann. Das klingt aber ungefähr so verlocken wie einen Brief mit aufgeklebten ausgeschnittenen Zeitungsbuchstaben zu schreiben. (Nein, dies ist keine Empfehlung von HP!)

Der Photosmart scannt alles in Fotogröße genauso gut wie ein großer Scanner ein, nur an sinnvollen Anwendungen außerhalb US-amerikanischer Großfamilien mangelt es.

Aber vielleicht bin ich einfach kein Familienmensch, wenn mir meine Bekannten - oder ihre Fotos - es nicht wert sind, einen Scanner mitzuschleppen. Ist es in den meisten Fällen nicht schon schlimm genug, Fotos der Verwandten *einmal* ansehen zu müssen? ❑

HP Photosmart 1200

Flachbrettscanner mit 1200 dpi. Scannfläche 10x15 cm. Stromversorgung über 4 AA-Batterien oder USB-Kabel. Steckplätze: MMC/SD-Card und CompactFlash.

IBM: „ThinkVision"-Displays

IBM bringt das erste Modell einer neuen Monitor-Linie mit ergonomischem Design

Der ThinkVision L200p Monitor ist für einen empfohlenen Verkaufspreis Preis ab 2.268,- Euro inkl.MwSt. zu haben

Der neue Flachbildschirm IBM ThinkVision L200p hat eine Bildschirmdiagonale von 511 Millimeter (20,1 Zoll) und eignet sich besonders für den Einsatz im grafischen Bereich. Mit einer optimalen Auflösung von 1600x1200 (UXGA) Bildpunkten ist er besonders für aufwendige grafische Darstellungen, wie Multimedia-Produktionen und CAD/CAM sowie für den Einsatz in der Medizin und Architektur geeignet.

Der ThinkVision L200p bietet eine Lichtstärke von 250 cd/qm (Candela pro Quadratmeter), eine Kontrast-Rate von 400:1 und einen horizontalen und vertikalen Betrachtungswinkel von 170 Grad. Über den dualen Eingang lassen sich zwei PC-Systeme gleichzeitig anschließen.

Das Design des Flachbildschirms beruht auf dem „ThinkVantage"-Ansatz von IBM: Zur besseren Anpassung an den gewünschten Einsatzort kann der Benutzer den Monitor flexibel drehen, kippen sowie stufenlos um 88 Millimeter erhöhen. Mit Hilfe der „Direct Access"-Funktionen unterhalb des Displays erhält der Nutzer schnell und einfach Zugriff zu häufig benötigten Einstellungen. So lässt sich beispielsweise mit einem Tastendruck die Bildqualität automatisch optimieren oder zwischen zwei angeschlossenen PC-Systemen hin- und herschalten.

http://www.pc.ibm.com/at

Hersteller	Produktname	TYP: Flachbett	TYP: Durchzug	TYP: Großformat	Auflösung in dpi	Farbtiefe	Lesebereich	interface	Software	Besonderheiten	Endpreis	Bezugsquelle
BENQ	2720S / 2740S				2700	36	35mm	SCSI		ICE Image Correction and Enhancement	360,- / 499,-	BENQ 01/667 00 33 - 0
BENQ	S2W 5000E	✔			1200x2400opt./ 19200x19200int.	48	A4	USB	ARC-Soft Photoimpression & Photobase, MiraScan u.a.	~	89,-	BENQ 01/667 00 33 - 0
BENQ	S2W 5300U	✔			1200x2400opt./ 19200x19200int.	48	A4	USB	ARC-Soft Photoimpression & Photobase, MiraScan u.a.	Push Buttons, Scan to Web, sehr kompakt	99,-	BENQ 01/667 00 33 - 0
BENQ	S2W 6400UT	✔			1200x2400opt./ 19200x19200int.	48	A4	USB 2.0	ARC-Soft Photoimpression & Photobase, MiraScan u.a.	Scanformat A3 mit Software Merge Magic, auch für 35mm/Dia	198,-	BENQ 01/667 00 33 - 0
BENQ	S2W 7400UT	✔			2400x4800opt./ 19200x19200int.	48	A4	USB 2.0	ARC-Soft Photoimpression & Photobase, MiraScan u.a.	Scanformat A3 mit Software Merge Magic, inkl. 1x4Port USB 2.0 Karte, Durchlichteinheit	250,-	BENQ 01/667 00 33 - 0
BENQ	Scan to Web S2W 4300U	✔			600x1200opt./ 19200x19200int.	36	A4	USB	ARC-Soft Photoimpression & Photobase, MiraScan u.a.	Push Buttons, Scan to Web	79,-	BENQ 01/667 00 33 - 0
BENQ	ScantoWeb S2W 3300U	✔			600x1200opt./ 19200x19200int.	36	A4	USB	ARC-Soft Photoimpression & Photobase, MiraScan u.a.	~	75,-	BENQ 01/667 00 33 - 0
CANON	CanoScan 3000	✔			1200x2400	48	A4	USB 2.0	Leistungsstarke Software im Lieferumfang (ArcSoft PhotoStudio und OmniPage SE OCR) enthalten	Ultraschnelle Scans dank USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle und neue CCD-Technologie, 3 Scanbuttons, Fast-Multi-Scan-Funktion, "Z-Scharnier"	169,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
CANON	CanoScan 3000F	✔			1200x2400	48	A4	USB 2.0	Leistungsstarke Software im Lieferumfang (ArcSoft PhotoStudio und OmniPage SE OCR) enthalten	Ultraschneller Scanner mit integrierter Durchlichteinheit (f. 1 KB-Aufnahme)	159,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
CANON	CanoScan 5000F	✔			2400x4800	48	A4	USB 2.0	Leistungsstarke Software im Lieferumfang für PC oder Mac	Fotos, Negative od. Dias ganz schnell erfassen, integrierte Durchlichteinheit f. bis zu 3 KB-Aufnahmen od. 2 gerahmte Dias, FARE Level 1 Technologie zur Unterdrückung von Staub u. Kratzern, 4 Scanbuttons, Fast-Multi-Scan-Funktion	229,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
CANON	CanoScan 8000F	✔			2400x4800	48	A4	USB 2.0	Leistungsstarke Software im Lieferumfang für PC oder Mac	Scanner für professionelle Ergebnisse. Aufsichtsvorlagen, Negative oder Dias. 6-Zeilen Hyper CCD Element mit speziell geformten Pixel für Spitzenqualität, integrierte Durchlichteinheit f. bis zu 12 KB-Aufnahmen od. 8 gerahmte Dias	329,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
CANON	CanoScan 9900F	✔			3200x6400	48	A4	USB 2.0, FireWire	Leistungsstarke Software im Lieferumfang für PC oder Mac	Professioneller Scanner, integr. Durchlichteinheit f. bis zu 24 KB-Aufnahmen, FARE Level 2: Staub- u. Kratzerentfernung, Rekonstruktion verblichener Farben, Unterdrückung des Filmkorns; Super Galileo 2 Optik	539,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
CANON	DR-2080C		✔		600x600	24	A4	USB, SCSI	Capture Perfect V1.0	Handlicher Desktopscanner, Simplex, duplex, Farbe und schwarzweiß, 20 Blatt pro Minute (DIN A4, simplex, schwarzweiß, 200 dpi), 18 Blatt pro Minute (DIN A4, simplex, Farbe, 100 dpi), automatische Seitengrößen Erkennung, Vorlagentrennung u.v.m.	1.660,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
CANON	DR-3060 (Graustufen) /DR-3080C (Farbe)		✔		300x300	24 (DR-3080C)	A4	SCSI	PixUtil Scansoftware	Simplex, duplex, Farbe (DR-3080C) oder Graustufen (DR-3060), 40 Blatt pro Minute (DIN A4, simplex, schwarzweiß, 300 dpi), automatische Vorlagentrennung, 3 Millionen Scans und vieles mehr	5100,- / 5900,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
CANON	Lide 20	✔			600x1200	48	A4	USB	CanoScan Toolbox 4.0 for Windows, CanoScan Setup Utility , ArcSoft PhotoStudio 5.0, ArcSoft PhotoBase 3.0, ScanSoft OmniPage SE, Acrobat Reader 5	Kostengünstiges Einstiegsmodell, 3 Scanbuttons, Fast-Multi-Scan-Funktion (Erfassung mehrerer Vorlagen in einem Durchgang), "Z-Scharnier" für problemloses Scannen von Büchern und Zeitschriften	99,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
CANON	Lide 30	✔			1200x2400	48	A4	USB	CanoScan Toolbox 4.0 for Windows, CanoScan Setup Utility , ArcSoft PhotoStudio 5.0, ArcSoft PhotoBase 3.0, ScanSoft OmniPage SE, Acrobat Reader 5	Ultrakompakter Scanner, 3 Scanbuttons, Fast-Multi-Scan-Funktion (Erfassung mehrerer Vorlagen in einem Durchgang), "Z-Scharnier" für problemloses Scannen von Büchern und Zeitschriften	119,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
CANON	Lide 50	✔			1200x2400	48	A4	USB	ScanGear CS 7.1, CanoScan Toolbox 4.0 for Windows, CanoScan Setup Utility , ArcSoft PhotoStudio 5.0, ArcSoft PhotoBase 3.0, ScanSoft OmniPage SE, Acrobat Reader 5, NewSoft PageManager 6.0	Attraktives, kompaktes Design, 4 Scanbuttons für noch mehr Komfort, Fast-Multi-Scan-Funktion, USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle und leistungsstarke Software im Lieferumfang enthalten	169,-	Canon Ges.m.b.H. 01/661 46-0
EPSON	Perfection 1260	✔			1200opt/9600int.	48/24	A4	USB	Twain Source, Smart Panel	~	99,-	Epson Kaufberatung 0810 200 124
EPSON	Perfection 1260 Photo	✔			1200opt./9600int	48/24	A4	USB	Twain Source, Smart Panel	~	119,-	Epson Kaufberatung 0810 200 124
EPSON	Perfection 1660 Photo	✔			1600opt./9600int	48/48	A4	USB	Twain Source, Smart Panel	~	189,-	Epson Kaufberatung 0810 200 124
EPSON	Perfection 2400 Photo	✔			2400opt./9600int	48/48	A4	USB	Twain Source, Smart Panel	Scannt auch Dias	279,-	Epson Kaufberatung 0810 200 124
EPSON	Perfection 3200 Photo	✔			3200opt./9600int	48/48	A4	USB	Twain Source, Smart Panel	Scannt auch Dias	509,-	Epson Kaufberatung 0810 200 124
FUJITSU	fi-4340C		✔		600	24	A4	SCSI, Video	TWAIN Treiber + ISIS Treiber + Adobe Acrobat	SCSI / VIDEO Schnittstelle, A4, 40 Seiten pro Minute, Duplex, Color, Option: Blindfarbe Rot/Grün/Blau , Dynamische Schwellwertregelung (IPC4-D), Anwendungsbereich: Dokumentenscanner	7.227,60	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0

Hersteller	Produktname	TYP: Flachbett	TYP: Durchzug	TYP: Großformat	Auflösung in dpi	Farbtiefe	Lesebereich	interface	Software	Besonderheiten	Endpreis	Bezugsquelle
FUJITSU	fi-4640S		✔		400	S/W	A3	SCSI, Video	Treiber + ISIS Treiber + Adobe Acrobat	SCSI / VIDEO Schnittstelle, A3 , 45 Seiten pro Minute, Option: Blindfarbe Rot, Dynamische Schwellwertregelung (IPC4-D), Anwendungsbereich: Dokumentenscanner	7510,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
FUJITSU	fi-4750C		✔		400opt./600int.	24	A3	SCSi, Video	TWAIN Treiber + ISIS Treiber + Adobe Acrobat	Max. 50 Seiten pro Minute, (max. 90 Images pro Minute duplex) Duplex, Option: Blindfarbe Rot, Dynamische Schwellwertregelung (IPC4D), Kofax Virtual ReScan (VRS), Doppeleinzugskontrolle, Color! Anwendungsbereich: Dokumentenscanner	15.379,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
FUJITSU	fi-4990C		✔		400	24	A3	UW-SCSI	TWAIN Treiber	Hochleistungs-Dokumentenscanner, max. 90 Seiten pro Minute, (max. 180 Images pro Minute duplex) Duplex, Option: Blindfarbe Rot, Dynamische Schwellwertregelung (IPC4D), Kofax Virtual ReScan (VRS), Doppeleinzugskontrolle, 1000 Blatt Feeder	60.094,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
FUJITSU	fi4220C		✔		600	10	DIN A8 bis DIN A4	USB		DF Duplex Color (automatischer Dokumenteneinzug) und Flachbett, Farb CCD (charge-coupled device) Kamera Bildsensor, Monochrome: 25 ppm für A4-Hochformat mit 200 dpi, Graustufen: 25 ppm für A4-Hochformat mit 200 dpi, Einzugschacht 50 Blatt	2.408,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
HEWLETT PACKARD	HP Scanjet 2300C	✔			600	48	A4	USB	HP Photo Imaging Software, I.R.I.S. OCR, Readiris Pro 7.5 einschließlich OCR für Arabisch (opt. ABB, ABU), Readiris OCR für Hebräisch (opt. 730)	Scan- und Kopier-Taste am vorderen Bedienfeld	90,-	Hewlett-Packard Ges.m.b.H. 01/250-00-0
HEWLETT PACKARD	HP Scanjet 3570C	✔			1200	48	A4	USB	Photo Imaging Software, I.R.I.S. OCR, Readiris Pro 7.5, Hemera Jigsaw Puzzler und CD Designs Creator (nur Windows)	Integrierter Durchlichtaufsatz für 35-mm-Dias und Negative, Direkttasten für Scannen, Kopieren, E-Mail-Versand und HP Memories Disk Erstellung auf der Gerätevorderseite; benutzerdefinierte Anwendungen über TWAIN	139,-	Hewlett-Packard Ges.m.b.H. 01/250-00-0
HEWLETT PACKARD	HP Scanjet 5500C	✔			2400	48	A4	USB 2.0	HP Photo Imaging Software und benutzerdefinierte Anwendungen über TWAIN-Schnittstelle	Der Alleskönner unter den Scannern - mit automatischer Fotozuführung; scannt 35-mm-Dias, Negative, Grafiken, Texte und sogar dreidimensionale Vorlagen, Direkttasten für die fünf wichtigsten Funktionen, für Heimanwender und Fotofans	370,-	Hewlett-Packard Ges.m.b.H. 01/250-00-0
HEWLETT PACKARD	HP Scanjet 5550C	✔			2400	48	A4	USB 2.0	Dokumentenverwaltungs-Software PaperPort; 8.0. HP Photo Imaging Software; Benutzeranwendungen über TWAIN-Schnittstelle	Die Komplettlösung für das Dokumentenmanagement: Scannen und Kopieren mit 2400 dpi Auflösung / 48 Bit Farbtiefe, automatische Dokumentenzuführung für 35 Seiten und ScanSoft PaperPort Deluxe 8.0 Software, fünf Direkttasten für den Sofortzugriff	460,-	Hewlett-Packard Ges.m.b.H. 01/250-00-0
KODAK	i260		✔		300	24	A3	FireWire	TWAIN, ISIS, Kodak Capture Software	Max. 40 Seiten pro Minute, Duplex, Color, Option: Blindfarbe Rot, Doppeleinzugskontrolle mit Ultraschall, Perfect Page, andockbares Flachbett	10.368,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
KODAK	i60		✔		600	24	A4	SCSI	TWAIN, ISIS, Kodak Low Volume Capture Software	SCSI, A4, max. 25 Seiten pro Minute, Duplex, Color, Option: Blindfarbe Rot, Anwendungsbereich: dezentraler Dokumentenscanner	3566,40	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
KODAK	i810		✔		400	S/W	A3	SCSI		High-End Dokumentenscanner, max. 120 Seiten pro Minute, (max. 240 Images pro Minute duplex) Duplex, Dynamische Schwellwertregelung (ATP), Barcode-Modul, Imprinter, Patchcode Reader, Perfect Page Technologie	87.156,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
KODAK	i840		✔		400	24	A3	SCSI	TWAIN, ISIS	High-End Dokumentenscanner, max. 160 Seiten pro Minute, (max. 320 Images pro Minute duplex) Duplex, Color, dynamische Schwellwertregelung (ATP), Barcode-Modul, Imprinter, Patchcode Reader, Perfect Page Technologie	153.420,-	DICOM Informationstechnologie GmbH 01/ 866 45-0
OCÉ	Océ 3000 Mikrofilm				100-400	256 Grau-stufen	Fimmagazin mit max. 250 Karten	Océ Interface-Karte		Kombination von Mikrofilm-Sichten, -Rückvergrößern und -Digitalisieren; voll integrierte Drucker- und Scanner-Software; Direktdrucken auf verschiedenen Océ-Systemen; automat. Hintergrund-Kompensation; verarbeitet Hollerith-bezogene Daten automatisch	a.A.	Océ-Österreich Ges.m.b.H 01/863 36-0
OCÉ	Océ CS4020/30 Serie			✔	400opt./800int.	24	A0	USB	Océ Scan Software mit Funktionen für Ausrichten, Ausschneiden, Hintergrund-Ausgleich, Weiß-Schwarz-Abgleich, und vieles mehr	Vorlagenstärke bis 15 mm, Geschwindigkeit bis 3,4 m/min., in Verbindung mit einem Farbplotter (z.B. Océ 5250) zum Großformat-Kopiersystem erweiterbar (Océ Colour Copy Software)	a.A.	Océ-Österreich Ges.m.b.H 01/863 36-0
OCÉ	Océ CS4040/50 Serie			✔	400opt./800int.	24	Bis 127cm Scanbreite		Océ Scan Software mit Funktionen für Ausrichten, Ausschneiden, Hintergrund-Ausgleich, Weiß-Schwarz-Abgleich, und vieles mehr...	Vorlagenstärke bis 15 mm, Geschwindigkeit bis 2 m/min., in Verbindung mit einem Farbplotter (z.B. Océ CS5090) zum Großformat-Kopiersystem erweiterbar (Océ Colour Copy Software)	a.A.	Océ-Österreich Ges.m.b.H 01/863 36-0

DICOM Invoice123™

Elektronisches Dokumentenmanagement (EDM) leistet einen wesentlichen Beitrag zur Kostenreduktion bei gleichzeitig signifikant gesteigerter Effizienz des Workflows in Unternehmen.

DICOM Invoice123 und Fujitsu Dokumenten-Scanner

Mehr Effizienz durch automatische Rechnungserfassung

Mit der neuen Software-Lösung DICOM Invoice123 profitieren vor allem Finanzabteilungen von diesen Vorteilen. In Kombination mit einem Dokumentenscanner - etwa dem Fujitsu fi- 4340C - gehören zeitaufwändige und damit kostenintensive Routine-Arbeiten wie die Belegablage der Vergangenheit an. Unternehmen profitieren von vereinfachter Rechnungskontrolle, weniger Mahnkosten und dem Ausnutzen von Skonti. Die Summe dieser Vorteile garantiert einen frühen Return on Investment.

So funktioniert DICOM Invoice123

Eingangsrechnungen werden mittels eines Dokumentenscanners eingelesen. Hierbei kommt die bewährte Bildverbesserungs-Technologie VirtualRescan (VRS) von Kofax zum Einsatz. Die automatische Bearbeitung mit VRS garantiert optimale Scans auch bei qualitativ schlechten Vorlagen. DICOM Invoice123 analysiert die digitalisierten Rechnungen mittels leistungskräftiger Texterkennungs-Software (Optical Character Recognition OCR oder Intelligent Character Recognition ICR). Unabhängig vom Layout der gescannten Rechnung werden alle relevanten Informationen - etwa Rechnungsnummer, Rechnungsdatum, Daten des Rechnungsstellers oder Rechnungssumme - ausgelesen. Als Option können auch die einzelnen Rechnungspositionen erfasst und mit der zugehörigen Bestellung verglichen werden. Durch Gegenprüfungen mit Datenbanken wird die Richtigkeit der eingelesenen Daten - etwa Lieferantendaten - verifiziert und validiert.

Die validierten, digitalisierten Belege können von jedem beliebigen ERP-, Workflow- oder Dokumentenmanagement-System weiterbearbeitet werden. So wird die Verteilung der Rechnungen an die für die Freigabe zuständigen Personen ebenso wie der automatisierte Hinweis auf Zahlungsfälligkeiten unter Ausnutzung von Zahlungszielen und Skonto-Abzügen möglich. Gleichzeitig werden die Dokumente dem elektronischen Archiv zugeführt.

Die ideale Ergänzung: Fujitsu fi-4340C

Die Eckdaten des fi-4340C Farb-Duplex-Scanners „outen" ein kompromissloses Profi-Gerät für den Einsatz in allen Arbeitsbereichen: Hohe Geschwindigkeiten (bis zu 80 Monochrom-Images oder 29 Farb-Images pro Minute, jeweils mit 200 dpi) garantieren die schnelle Verarbeitung unterschiedlichster Vorlagen. Die optische Auflösung von bis zu 600 dpi sowie 16,7 Millionen Farben qualifizieren die Maschine auch für den Einsatz im grafischen Bereich. Die überzeugende Abbildungsqualität erreicht der fi-4340C durch einen dreifarbigen Linear-CCD (Charge Coupled Device)-Sensor. Zusätzlich entfernt die integrierte elektronische Blindfarben-Ausblendung störenden Hintergrund von Dokumenten. Gestochen scharfe Images und höchste Erkennungsraten mit OCR (Optical Character Recognition)- und ICR (Intelligent Charakter Recognition)-Anwendungen sind das Resultat.

Ergonomisches Design und technische Komplett-Ausstattung

Die technische Ausstattung unterstreicht die Vielseitigkeit des neuesten Fujitsu-Scanners: Der integrierte ADF (Automatischer Dokumenten Einzug) arbeitet mit Stapeln von bis zu 100 Blatt Papier. Die Dokumentengröße kann dabei zwischen Visitenkarte und DIN-A4 variieren. Die zweistufige Dokumentenseparierung ist bereits aus dem Modell fi-4750C, dem großen Bruder vom fi-4340C, bekannt.

Die eingebaute Doppeleinzugskontrolle bewährt sich bei großen Dokumentenmengen: Sie durchleuchtet das Scangut mit Infrarotlicht und verhindert versehentliches Einziehen von gehefteten oder verklebten Dokumenten. Eine Flachbettvorrichtung ermöglicht das Scannen von Vorlagen, die nicht für den Einzelblatteinzug geeignet sind (etwa Bücher, Zeitschriften oder empfindliche Fotos).

Der fi-4340C erlaubt das Erfassen von Dokumenten in jeder Betriebsart: Monochrom, Graustufen oder Farbe. Alle verbreiteten Dateiformate können erzeugt werden. Zur schnellen Kommunikation zwischen Computer und Scanner steht eine SCSI-2 Schnittstelle zur Verfügung.

DICOM Competence Center

DICOM Invoice123 und der Fujitsu fi-4340C stehen im Competence Center der DICOM Informationstechnologie GmbH zum Test bereit.

Termin-Vereinbarungen für das DICOM Competence Center: Tel. (01) 866 45-402 oder E-Mail roman_jaeger@dicomgroup.at

DICOM
www.dicomgroup.at

Wie Krieg den Alltag lehrt... .

Ärgerlich? Aggressiv? Muss nicht sein!

Barbara Schütze

Haben Sie auch den Eindruck, dass Ärger und Aggression im Alltag zunehmen? Dass beide nichts verbessern? Eher dazu führen, dass unsere Aufmerksamkeit, statt sich produktiven Lösungen zu zuwenden, im Problem - nämlich Ärger und Aggression - versandet?

Und trotzdem: wir werden nicht müde, alles zu tun, um Ärger und Aggression zu nähren. Seminare zum Thema „Powertalking" und „Kampfrhetorik" werden überlaufen, diejenigen für Konfliktmanagement werden für unliebsame Mitarbeiter gebucht (in der irrigen Hoffnung, dass der Trainer diese zähmt), um sich selbst wieder den „wichtigeren" Methoden der „verbalen Aufrüstung" zu widmen. Um selbst stärker, mächtiger, „wortgewaltiger" zu werden als der „Kontrahent". Nicht zu „unterliegen" an der täglichen „Berufsfront". Unser Alltag scheint Krieg geworden zu sein.

In Zeiten des via Medien in unsere Wohnzimmer getragenen Krieges ist das ein Unterfangen, das hinterfragt werden darf.
Worte sind mächtig, die Wirkung folgenschwer. Zuletzt: der Krieg.

Fühlen Sie sich ohnmächtig, etwas dagegen zu tun - gegen den großen Krieg?

Vielleicht dann auch gegen den „kleinen Krieg" in unseren Unternehmen, zwischen den Mitarbeitern, den Mitbewerbern, in der Familie?

Ich meine: es liegt bei uns, uns für die Zukunft anders, vielleicht aufmerksam für unsere und anderer Menschen Bedürfnisse, unsere Gefühle und Wünsche, unsere Ziele, zu entscheiden?

Prüfen wir unsere Kommunikation

Wie viele „kämpferischen" Worte lassen sich mit ein wenig Aufmerksamkeit durch freundliche ersetzen? Was würde das bewirken? Beobachten Sie - vielleicht sogar ohne zu werten... - und lassen Sie sich überraschen!

Und machen wir unsere Gesprächspartner auf deren Wortwahl aufmerksam. Beides sind sehr wirkungsvolle Interventionen und Beiträge zur Befriedung - zumindest unseres unmittelbaren privaten und betrieblichen Umfeldes.

Lassen Sie sich motivieren - es lohnen jeder Satz und jedes respektvolle, anerkennende LächeIn. Vielleicht sogar spüren Sie, dass der eine oder andere Konflikt dadurch vermieden werden konnte. Wie wünschenswert!

Neue Methoden lernen

Wir könnten anstatt eines Seminars für „Powertalking" oder „Kampfrhetorik" eines für „gewaltfreie Kommunikation" buchen.
Und dabei lernen,

- **zu beobachten** - ehrlich zu sagen, wie es mir geht, ohne Vorwürfe und Kritik. Aber auch den anderen emphatisch anzunehmen, ohne Vorwürfe und Kritik zu äußern,
- **zu fühlen** - mich in Verbindung mit den erlebten Handlungen und den anderen in Verbindung mit diesen Handlungen zu erleben,
- **Bedürfnisse zu äußern** - als Lebensenergie in Form von Werten, Wünschen, Erwartungen und Gedanken, die durch mein aber auch des anderen Gefühl erzeugt wurden,
- **zu ersuchen und bitten** - ohne zu fordern - aber auch anzunehmen, ohne eine Forderung zu hören.

Und üben, es im Alltag einzusetzen. Die weltweit anerkannte Methode der „nonviolent communication" von Marshall B. Rosenberg wird heute in Krisengebieten Afrikas, Lateinamerikas, aber auch urbanen Krisenherden erfolgreich zur Konfliktintervention, aber auch in der „systemischen Mediation" eingesetzt. Sich dieses Wissen anzueignen, braucht nach meiner Erfahrung einige Konsequenz und Zeit.

Der Lohn ist groß: Ihre Energie, Aufmerksamkeit und Kompetenz können sich wieder dem eigentlichen, Ihrem persönlichen Ziel zuwenden. Verweigern wir uns auf eine aktive, unsere eigenen Ressourcen wertvoll einbeziehende Art dem Krieg! Werden wir friedvoller in unserem Dialog!

Natürlich interessiert mich Ihre Meinung zu diesem Thema! Bitte schreiben Sie mir:
office@barbara-schuetze.at

Dr. **Barbara Schütze**, Eigentümerin der gleichnamigen Unternehmensberatung, begleitet seit 1985 erfolgreiche ManagerInnen und PolitikerInnen in Themen der Strategie, Entscheidungsfindung und Ressourcenentwicklung - www.barbara-schuetze.at

TecNetAcademy: Neuer Ausbildungsstandort

Mit Krems konnte die TecNetAcademy nun einen weiteren Ausbildungsstandort in Niederösterreich dazu gewinnen. Das Modul zum IT-Assistent startete erfolgreich Mitte März 2003 mit TeilnehmerInnen aus dem Klein- und Mittelbetriebsbereich.

Bis Ende Mai haben nun die TeilnehmerInnen die Möglichkeit, sich umfassendes IT-Basiswissen anzueignen. So können sie künftig IT-Entscheidungen in kleineren Organisationen selbständig treffen und der Geschäftsführung beratend zur Seite stehen.

Neben Microsoft wird auch Linux als Betriebssystem unterrichtet. Diese duale Ausrichtung schafft einen guten Überblick und schärft das Verständnis für IT-Abläufe. Für die notwendige IT-Kompetenz sorgen regelmäßig abgehaltene Prüfungen. Nach erfolgreichem Abschluss des Moduls erhalten die TeilnehmerInnen das Zertifikat zum IT-Assistent.

Um so unternehmens- und teilnehmerorientiert wie möglich agieren zu können, werden die Schulungstermine berufsbegleitend angeboten. Auch eine flexible Wahlmöglichkeit zwischen Einzelmodulen oder einer Gesamtausbildung ist möglich. Weiters garantiert ein Fachbeirat für eine zukunftsorientierte und praxisnahe Ausbildung mit hohem Qualitätsstandard und ständiger Qualitätskontrolle.

Neben dem Ausbildungsmodul zum IT-Assistent bietet die TecNetAcademy Niederösterreich aber auch Spezialisierungsmodule zum Netzwerkadministrator und Web- und Datenbankprogrammierer an. Ab sofort können diese Module auch semesterweise absolviert werden. Die TeilnehmerInnen sichern sich damit den optimalen Vorsprung im Bereich der Informationstechnologie.

http://www.tecnetacademy.at ,
http://www.riz.at

High-Tech-Ausbildung in den Gewölben der Fachhochschule Krems

Branchentreffpunkt für Personalisten

Personal Austria am 12.-13. November in Wien

Der Erfolg der Personalfachmesse „Personal Austria“ im Herbst letzten Jahres wirkt sich nach Angaben des Veranstalters, spring Messe Management GmbH, auf die aktuellen Standbuchungen aus. Schon 2002 hatten sechs Firmen wegen Platzmangels nicht an der Erstveranstaltung teilnehmen können. Aufgrund dessen hatte der Veranstalter die Fläche auf 4200 qm erweitert. Davon seien derzeit schon 70 Prozent vergeben. Den Erfolg der Messe sieht Alexander Petsch, Geschäftsführer des Messeveranstalters, u.a. im hohen Informationsbedarf der Personalverantwortlichen begründet. Sie befänden sich angesichts der derzeitigen wirtschaftlichen Lage in einer angespannten Situation und suchten Rat. Den sollen sie auch heuer wieder auf der Personal Austria in den Bereichen Personalberatung, Personaldienstleitung und Weiterbildung und Training, aber gerade auch im Bereich Personalsoftware finden. Hier sind zu den Ausstellern des letzten Jahres, wie SAP, ATOSS, P&I und ACP IT Consult, weitere hinzugekommen. Das Systemsoftwarehaus BMD wird beispielsweise mit einem großen Stand vertreten sein und u.a. Lösungen zur Lohnverrechnung vorstellen. Geschäftsführer, Personalverrechner und Personalverantwortliche erwartet aber auch Produkte aus den Sektoren Staff Efficiency Management, e-Recruiting, Zeitwirtschaft, Budgetierung und mehr. Interessant sind die Angebote zudem für Fachbesucher aus dem Gesundheitsbereich. Zeitgleich und räumlich angrenzend wird die Kongressmesse für Management in Krankenanstalten „Hosbit Austria“ veranstaltet. Themen sind u.a.: „Personalwirtschaft im Gesundheitswesen“, „Informations- und Kommunikationstechnik“, „Dienstleistungen für das Gesundheitswesen.“

http://www.personal-austria.at
http://www.hosbit.at

Authentisches Catering mit Qualität

September 2002 gründete Thomas Gailer zusammen mit Reza Fazeli, zuletzt Küchenchef im Restaurant Vestibül im Burgtheater, das Cateringunternehmen Cateringkultur.

Der Name ist Programm: „Wir positionieren uns im oberen Segment“, erzählt Thomas Gailer, der seit 1997 in der Cateringbranche in leitender Position tätig ist. Die Küchenqualität steht an oberster Stelle.

Küchenchef Fazeli, der schon im Altwienerhof und im Corso überzeugte, sorgt dabei auch für Abwechslung: Speziell die im Trend liegende asiatische Küche beherrscht Cateringkultur perfekt. Dabei werden die Gäste mit besonders authentischen Speisen versorgt - die malaysische Küche lernte der Koch ein dreiviertel Jahr lang vor Ort kennen. Bestechen will man zusätzlich durch ein gutes Preis/Leistungsverhältnis. „Wir decken Veranstaltungen aller Größenordnungen in gleich bleibender Qualität ab“, sagt Thomas Gailer. Man schreckt ebenso wenig vor kleinen Veranstaltungen zurück wie vor einer Gala mit tausend Personen. „Ein Hauptteil unserer Marketingstrategie besteht darin, jede Veranstaltung als Präsentation unseres Unternehmens zu sehen.“

Mehr Infos unter www.cateringkultur.at

Blended Learning - ja klar, aber wie?

Blended Learning, hybride Lernformen, diese Begriffe sind immer häufiger im Gespräch, wenn es um Weiterbildung geht. Aber was verbirgt sich dahinter?

Klaus Hoffmann

Viel wird zur Zeit in allen Managementebenen gestöhnt über den Druck, den Mitarbeiter aushalten müssen, um den gestiegenen Anforderungen in der Berufswelt gerecht zu werden.

Knappe Ressourcen, einerseits monetär bedingt, andererseits auch zeitlich hervorgerufen, tragen ihr übriges bei, dass ein Umdenken im Gange ist, was die Bereitstellung von Schulungsinhalten betrifft. Reine Klassenraumtrainings in Form von Seminaren und Frontalunterricht genügen heute weder den Ansprüchen der Budgetverantwortlichen, noch der Betroffenen.

Was ist Blended Learning?

Die Erkenntnis, dass die Perspektive des Lernens sich Stück für Stück ändert, dass unser Lernbegriff viel zu stark auf traditioneller Wissensvermittlung und klassischem Unterricht ausgerichtet war, und zum Teil noch ist, hat in der jüngsten Vergangenheit viele Verantwortliche auf den Plan gerufen, das neue Medium e-Learning stark zu propagieren.

Aber auch e-Learning, sehr oft leider nur als reiner Selbstläufer initialisiert, konnte nicht immer den gestiegenen Anforderungen hinsichtlich Flexibilität, Akzeptanz und Wissensvermittlung genügen.

Blended Learning hingegen bietet insofern Vorteile, weil hier Aspekte von Klassenraumtrainings und von e-Learning in eine individuell konzipierte Lösung eingebaut werden können, die den Vorstellungen aller Beteiligten entspricht.

Je nach Schulungsprojekt, Wissensstand der Lernenden, Entfernungen der einzelnen Standorte zum Stammsitz des Unternehmens oder finanziellen Restriktionen, können auf diese Weise ganz konkret Konzepte geplant und umgesetzt werden. Hier wird deutlich, dass es zahlreiche Parameter und Einflussfaktoren, quer durch viele Funktionsbereiche, zu beachten gilt.

Der Vorteil dieser Blended Solution liegt auf der Hand. Durch eine Vielzahl von Instrumenten, die nun zur Verfügung stehen, fühlen sich auch mehr Mitarbeiter angesprochen, mehr Mitarbeiter können mit Lerninhalten erreicht werden und der Methodenmix kommt auch den Lernvorlieben der Schulungsprojektteilnehmer entgegen. Ist die alleinige Verwendung von verschiedenen Methoden der Wissensvermittlung nun die perfekte Lösung? Die Antwort dafür kann kein klares Ja sein, denn auch hier ist es absolut notwendig, die Benutzer zu unterstützen.

Umstellung im Lernverhalten notwendig

Neue Lernformen im Unternehmen bedeuten eine Umstellung im Lernverhalten, die nicht zu unterschätzen ist. Um hier die Belegschaft gut vorzubereiten, bedarf es starker Signale der Personalentwicklung, der Vorstandsebene und der Linienvorgesetzten. Beratung und Motivationsförderung sind hier notwendig, Coaching und begleitende Maßnahmen verpflichtend, um eine Lernumgebung zu schaffen, die Spaß macht und Ängste und Hindernisse aus dem Weg räumt.

Damit so ein Konzept auch wunschgemäß umgesetzt werden kann, empfiehlt es sich zusätzlich interne Ansprechpartner heranzubilden, die den Benutzern mit Rat und Tat zur Seite stehen.

Hier handelt es sich um Kollegen, die einerseits mit der zu vermittelnden Materie oder aber auch mit der Methodik vertraut sind und die in der Lage sind, hilfreiche Tipps geben zu können, sollte die Umsetzung des Schulungskonzepts ins Stocken geraten. Ziel ist es hier, dem Lernenden ein Klima des Vertrauens zu offerieren, das Lust auf mehr macht und langfristig gesehen auch eine neue Lernkultur im Unternehmen manifestieren hilft.

„Neue Lernformen im Unternehmen bedeuten eine Umstellung im Lernverhalten, die nicht zu unterschätzen ist" - Mag. **Klaus Hoffmann**, Consulent für Thomson NETg

Erste Beispiele aus der Praxis

Dass bereits einige Firmen so progressiv denken, zeigt das Beispiel der Tyrolit Schleifmittelwerke, einem Tochterunternehmen von Swarovski in Schwaz in Tirol. Hier wurde im Zuge eines SAP Releasewechsels ein Konzept von der IT-Abteilung und der Personalentwicklun entworfen, mit dem Ziel, die Migration mit Begleitmaßnahmen bestmöglich zu unterstützen. Die involvierten Mitarbeiter konnten so auf die Hilfe von internen Ansprechpartnern, einem Lernraum für das Absolvieren von e-Learning Inhalten, bis zum begleitenden Coaching zurückgreifen.

Eine Lernkultur, die so vielfältig ist, dass die Flexibilität der einzelnen Lernmodule situativ eingesetzt werden kann, fungiert schlussendlich auch als Anreizsystem für alle Beteiligten. Weg von der vorgesetzten Lerneinheitskost, hin zum selbstgesteuerten Lernen, das wesentlich mehr Möglichkeiten bietet, speziell, wenn es darum geht, sich selbst einzubringen, Vorlieben zu äußern und aktiv an der eigenen Weiterentwicklung im Unternehmen mitarbeiten zu können.

Dieses Szenario scheint für einige Unternehmen noch weit entfernt zu sein, jedoch sollte der Einsatz des jeweiligen Mitarbeiters nicht unterschätzt werden. Schlussendlich resultiert das aktive Interesse an der eigenen Entwicklung und das Erkennen des eigenen Potenzials auch in zufriedenen und verantwortungsbewussten Mitarbeitern, die die investierten Schulungskosten durch ihr Engagement mehr als wettmachen. ❑

Workshop-Reihe „Blended Learning Solutions"

Blended Learning steht für die Nutzung von e-Learning in Kombination mit vielfältigen anderen Lernmethoden und -medien in einem integrierten Konzept. Thomson NETg hat eine zweitägige Workshop-Reihe konzipiert, die Vorstände/Bereichsleiter, Personalentwickler, Bildungsbeauftragte von Unternehmen in die grundlegenden Konzepte von Blended Learning einführt und Lösungsbeispiele gibt.
Detailinformationen unter http://www.netg.com bzw. Tel. 01/586 66 26

FH-Standort Hagenberg: Zehn Jahre „Software Engineering“

1993 startete in Hagenberg der erste Jahrgang des Fachhochschul-Studiengangs „Software Engineering“ (SE) mit 30 Studenten.

FH-Standort Hagenberg: Kompetenzzentrum für „IT und Medien“

Ein rasanter Aufstieg folgte. Jetzt - zehn Jahre später - gibt es acht Studiengänge und bald mehr als 1.000 Studierende. Unter den vier FH-Standorten in Oberösterreich ist Hagenberg als Kompetenzzentrum für „IT und Medien“ bekannt und hat sich weit über die Grenzen Österreichs hinaus einen Ruf als „Softwareschmiede“ erworben. Die Nachfrage nach Absolventen von Software Engineering ist ungebrochen und wird sich laut Prognosen in den nächsten Jahren sogar noch verstärken.

Als einer der ersten FH-Studiengänge, die in Österreich angeboten wurden, übernahm Software Engineering (SE) in Oberösterreich eine Vorreiterrolle. Inhaltlich konzentrierte sich der Studiengang auf die professionelle Entwicklung moderner Software auf Basis neuester Technologien (Java, .net), Methoden und Werkzeuge.

1997 konnten der Wirtschaft erstmals Absolventen zur Verfügung gestellt werden. Heuer ist bereits die siebte „Absolventengeneration“ in der Zielgerade. Darunter sind das erste Mal auch Studenten der Spezialform „SE für Medizin“. 2004 wird es die ersten Absolventen des bankspezifischen Studiengangs „Software Engineering für Business und Finanz“ geben.

Absolventenbefragung bestätigt Erfolgsrezept

Eine im Herbst 2002 durchgeführte Befragung unter allen AbsolventInnen erbrachte interessante und überaus positive Ergebnisse.

- Mehr als die Hälfte der Absolventen hat schon während des Studiums einen Arbeitsplatz gefunden - 35 % unmittelbar nach Studienabschluss.
- Rund 50 Prozent der Absolventen arbeiten als Software-Entwickler, knapp ein Drittel sind bereits zu Projekt- oder Teamleitern aufgestiegen und rund 10 Prozent bekleiden höhere Managementpositionen oder sind als Unternehmer selbständig tätig.

Erweitertes Angebot in Hagenberg

Im Herbst dieses Jahres wird mit dem neuen Studiengang „Mobile Computing“ das Hagenberger Studienangebot abgerundet.

Gleichzeitig werden auch einige der bestehenden Studiengänge in der modernen Form eines 6-semestrigen Bakkalaureats- und eines daran anschließenden 4-semestrigen Magisterstudiums angeboten.

http://www.fh-hagenberg.at/se

„Novelle Cousine“ in der Aus- und Weiterbildung - Octocom-„Chefkoch“ Erich Holan sorgt für die richtige Menüauswahl im Citrix- und Microsoft-Umfeld.

Dominik Troger

Bereits zum zweiten Mal innerhalb von nur zwei Jahren erhielt das in Wien und Graz ansässige IT-Schulungszentrum Octocom die Auszeichnung „Citrix Learning Center of the Quarter“. Erich Holan, Geschäftsführer von Octocom (l.) und Martin Reicher, Vertriebsleiter für Österreich und die Schweiz (r.) bei der Award Verleihung

„Energetisch & pointiert“

„Meinen Kunden sollen die Seminare schmecken“, befindet Erich Holan, der mit seinem IT-Trainingsunternehmen Octocom den Citrix-Schulungsmarkt in Österreich fest in Händen hält. Für ihn hat Aus- und Weiterbildung eine starke emotionale Komponente - und so wie ein liebevoll zubereitetes Essen den Genuss einer Mahlzeit noch mehr erhöht, verstärkt ein emotional freundlich und positiv gestaltetes Lernumfeld auch die Aufnahmebereitschaft der Seminarteilnehmer für neue Inhalte. Ein Punkt, der sich schlussendlich auch in einem besseren Lernerfolg niederschlägt.

Keine Überraschung also, wenn Holan von seiner „Speisekarte“ spricht und dabei den reichhaltigen Seminarkatalog der Octocom meint, der mit „exklusiven Kreationen“ praxisnah in die Welten des Citrix-basierenden Server-Based-Computings einführt.

Von Null auf 0,8 Millionen Euro in vier Jahren

Holan entwickelte seine Trainings-Philosophie bereits auf der TU Graz ab Mitte der 90er Jahre, wo er anhand der begrenzten universitären Möglichkeiten in Sachen IT-Ausstattung die Vorteile des Thin-Client-Computings schätzen lernte. Und über seinen Job als Trainer war dann der Weg zum eigenen Trainingscenter gar nicht mehr so weit.

Mit der ihm eigenen Zähigkeit und Überzeugungskraft begann er 1999 mit der Octocom durchzustarten und Software-Hersteller Citrix dahingehend zu missionieren, dass Octocom schließlich zum einzigen autorisierten Citrix Schulungszentrum in Österreich avancierte. Der Erfolg gab ihm recht.

Die Umsatzentwicklung, die sich von Jahr zu Jahr um 100 bis 200 Prozent steigerte, verdeutlicht das rasche Wachstum der Octocom. Erwirtschafteten 1999 zwei Mitarbeiter 109.000 Euro, so waren es 2002 mit 10 Mitarbeitern bereits 0,8 Millionen Euro. Eine Zahl, die auch für das laufende Geschäftsjahr 2003 angepeilt wird.

Octocom verfügt über Niederlassungen in Graz und Wien. Ausbaupläne umfassen den Aufbau weitere Schulungszentren in der Schweiz und in Deutschland. Mittelfristig soll, so Holan, das Unternehmen zum größten Citrix Schulungspartner im deutschsprachigen Raum werden.

Dass die Marschroute stimmt, beweist auch das sehr positive Feedback von Citrix. Bereits zum zweiten Mal innerhalb von nur zwei Jahren erhielt Octocom in diesem Frühjahr die Auszeichnung „Citrix Learning Center of the Quarter“. Mit dieser Auszeichnung, die einmal pro Quartal vom Software-Hersteller Citrix für besondere Leistungen und Beiträge zum Citrix Schulungsprogramm vergeben wird, konnte Octocom seine Qualität als Schulungszentrum wieder unter Beweis stellen.

Aus der Praxis für die Praxis

Octocom schult sowohl Systemhäuser, die Citrix-Lösungen verkaufen und warten, als auch Citrix-Anwender in Unternehmen. Die gestiegene Nachfrage nach Citrix-Trainings in den letzten Jahren beweist, dass sich für Unternehmen die Ausbildung von Citrix-Fachleuten lohnt. „Die Unternehmen haben nach unseren Schulungen Citrix-Fachleute im Haus“, erläutert Erich Holan diesen Sachverhalt, „was bei der Zusammenarbeit mit externen Partnern die Betreuung optimiert und beschleunigt. Das bringt nicht nur Kostenvorteile, sondern erhöht auch die Flexibilität, Sicherheit und Reaktionszeit.“

Die Trainer von Octocom sind alle hauptberuflich im IT-Umfeld tätig und bringen ihr Praxis-Know-how in die Seminare mit ein. Auch Erich Holan ist selbst nach wie vor als Trainer im Einsatz. Dabei spielen neben dem Trainer-Wissen auch die modernste Ausstattung der Schulungsräume und das schon angesprochene angenehme „Feeling“ eine wichtige Rolle bei der Wissensvermittlung.

„Ehrlichkeit und freundschaftlicher Umgang während des Trainings sind für uns ganz wichtig“, so Holan. „Wir leben diese Offenheit als Unternehmen in einem ausgezeichneten Teamwork. Bei uns gibt es dadurch auch keine internen Reibungsverluste, was die Motivation, die Zufriedenheit und damit letztlich auch die Qualität unserer Schulungen sehr positiv beeinflusst.“

Ausblick Microsoft

Seit Jänner 2003 ist Octocom auch Anbieter von professionellen Microsoft-Schulungen. Dieses Angebot hat sich, wie Holan ausführt, aus dem Citrix-Umfeld entwickelt und soll in Zukunft weiter ausgebaut werden. Derzeit werden unter anderem Kurse zu folgenden Microsoft-relevanten Themenkreisen angeboten: Microsoft SQL Server, Windows 2000 Server und Professional, Exchange Server.

Detailinformationen zum Kursprogramm unter http://www.octocom.at

Octocom: Das Erfolgsrezept

Das Erfolgsrezept der Octocom ist in acht „Schlüsselworten“ festgehalten - sozusagen die Würze des von Octocom-Gründer Erich Holan entwickelten „Aus- und Weiterbildungs-Menüs“.

- amikal
- dynamisch
- unkonventionell
- schnell
- cultured - open minded
- intelligent
- selbstbewusst
- exklusiv

Effektives Führen ist in den seltensten Fällen angeboren oder intuitiv durchführbar. Die Führungsseminare der Gesellschaft für Wirtschaftspsychologie und Organisationsdynamik bieten einen neuen Zugang zu dieser Thematik.

Engelbert Haidinger

„Spielend Führen“

Für Führungskräfte stellt sich immer wieder die Frage: „Wie gut bin ich als Führungskraft? Wo liegen meine eigenen Stärken und Verbesserungspotentiale?“ Daher gehören Führungsseminare zum Standardrepertoire fast jedes Seminaranbieters.

Ein Führungsseminar der ganz anderen Art bietet die Gesellschaft für Wirtschaftspsychologie und Organisationsdynamik an: „Das Führungsverhaltens-Planspiel“.

In diesem dreitägigen Seminar bilden die Teilnehmer ein fiktives Unternehmen (mit Vorstand, Betriebsrat, Aufsichtsrat, Kunden, Lieferanten, Telefon, ...). Es gibt keine gestellten Einzelübungen und Rollenspiele, sondern die Seminarteilnehmer befinden sich in einer simulierten Realität. In fünf „Spielrunden“ zu je 90 Minuten sind zahlreiche unternehmensspezifische Aufgaben gemeinsam zu bearbeiten, jeder ist mehrmals entweder Führungskraft oder Mitarbeiter.

Diese Aufgabenstellungen sind unter schwierigsten Bedingungen und stressintensiven Konfliktsituationen zu bewältigen:

- Frustrierte und innerlich gekündigte MitarbeiterInnen
- Schwierige MitarbeiterInnengespräche
- Hoher Auftragsstand/geringer Auftragsstand - zuwenig qualifizierte MitarbeiterInnen/zu viele MitarbeiterInnen
- Mobbing, Alkohol, Bestechung, Krankenstände, u.a.m.
- „Abteilungsdenken“

Nach jeder „Spielrunde“ wird in einer mehrstündigen Feedbackrunde der gesamte Prozess analysiert (Selbsteinschätzung - Fremdeinschätzung - Videoanalyse - Theoretischer Input).

Das Seminar bietet keine Tricks und Tipps und goldene Regeln des „richtigen Führens“, sondern es werden den Teilnehmern verschiedene Zusammenhänge bewusst (gemacht). Der eigentliche Gewinn dabei ist, dass man damit ein selbst erarbeitetes, neues Führungs-(Selbst-)bewusstsein erlangt - und gleichzeitig von den anderen Teilnehmern subjektiv erlebte und von den Seminarleitern objektive Informationen über die persönlichen Stärken und Schwächen im Führungsstil erfährt.

Dieses Seminarkonzept versteht „Führung“ als gelebtes Netzwerk. Das zeigt sich auch darin, dass die Seminarteilnehmer nach Absolvierung des Planspiels und den ersten Versuchen der Umsetzung des Erlebten die Möglichkeit zum Feedback im vertrauten Umfeld bekommen. Einige Monate nach dem Seminartermin haben die „Mitarbeiter“ des fiktiven Unternehmens die Möglichkeit, in einem Follow up noch einmal zusammenzutreffen, um persönliche Erfahrungen auszutauschen und die persönlichen Führungsprobleme gemeinsam in der Gruppe zu analysieren.

Die „Endausbaustufe“ dieses „Erfahrungsnetzwerkes“ ist dann der Management Cercle. Dieser findet regelmäßig einmal jährlich statt und umfasst immer den gleichen Personenkreis.

Das Führungsverhaltensplanspiel der Gesellschaft für Wirtschaftspsychologie und Organisationsdynamik wurde bereits von rund 1000 Führungskräften der unterschiedlichsten Unternehmen und Organisationen absolviert und im Rahmen einer weltweiten Evaluationsstudie der American Society for Training & Development auch ausgezeichnet. ❑

15 Jahre Erfahrung

Die Gesellschaft für Wirtschaftspsychologie und Organisationsdynamik beschäftigt sich seit 15 Jahren mit der umfassende Beratung in den Bereichen

- Mitarbeiter- und Führungskräfteentwicklung
- Personalentwicklung
- Unternehmensentwicklung

jeweils maßgeschneidert auf die unternehmensspezifischen Bedürfnisse. Die Kundenliste ist ein Who-is-who der privaten und öffentlichen Wirtschaft.

Der Geschäftsführer Dipl.-Psych. Mag. Josef Wegenberger ist ein international anerkannter Psychologe, Vortragender und Autor auf dem Gebiet der Persönlichkeitsentwicklung und Führung.

http://www.gwo.at
http://www.wayofmylife.com

SCHULUNGS-UNTERLAGEN
Hotline +49(0)1801/43738.1
HERDT
www.herdt.com

Der breite Durchbruch des Personal-Computers ist nicht nur eng mit der Hardware des IBM-PC verbunden, sondern auch mit dem Betriebssystem PC-DOS (PC Disk Operating System) bzw. MS-DOS (MicroSoft DOS).

Achim Scharf

Mit dem IBM-PC begann auch der Siegeszug von Microsoft-Mitbegründer Bill Gates und seinen Betriebssystemen

Microsoft wächst mit dem PC

Die ersten Betriebssysteme der PC-Ära stellten nur rudimentäre Funktionen für das Hochfahren des Rechners von Diskette und der Verwaltung der Systemressourcen zur Verfügung. Maus und Grafik waren noch nicht vorhanden, Befehle mussten per Tastatur eingegeben werden. Auch die Bildschirmausgabe beschränkte sich auf alphanumerische Zeichen. Rund fünf Jahre vor Einführung des IBM-PC, also im Jahr 1975, brachte die US-Firma Digital Research das Betriebssystem CPM (Control Program for Microprocessors) für 8-Bit-Mikroprozessoren und hier speziell für den Z80 von Zilog heraus. Dieser Prozessor war die Basis einiger Vorläufers für PCs, so dem MITS Altair oder dem Basic-Computer ZX80 der britischen Firma Sinclair.

Zu dieser Zeit brach Bill Gates im Alter von 19 Jahren sein Studium an der Harvard-Universität ab und gründete zusammen mit Paul Allen das Unternehmen Microsoft. Erste Aktivitäten waren die Entwicklung einer Programmiersprache für den Altair-Mikrocomputer. Legenden zufolge waren diese Programmierkenntnisse ausschlaggebend für den 1980 von IBM erteilten Auftrag, ein Betriebssystem für den geplanten IBM-PC zu entwickeln. IBM suchte eine Alternative zu CPM und kam durch informelle Kontakte (beim Golfspielen) auf Bill Gates zu, der diese Chance ergriff und das kurz zuvor für den lächerlichen Preis von 50.000 Dollar erworbene Betriebssystem QDOS (Quick and Dirty Operation System) leicht modifiziert als PC-DOS der IBM anbot.

Eine neue Industrie entsteht

Gates glaubte schon damals als 24jähriger daran, dass die Einführung des IBM-PC eine neue Industrie begründen würde und legte daher Wert darauf, an IBM nicht die gesamten Rechte an dem PC-DOS und den Weiterentwicklungen zu übertragen, sondern nur Lizenzen zu liefern. IBM ließ sich auf diesen Handel ein, denn die beteiligten Manager rechneten mit nur einigen Tausend verkaufbaren Mikrocomputern pro Jahr, sie erkannten offensichtlich mit ihrer Mainframe-Brille nicht das Potenzial der Kleinrechner. Gates konnte daher PC-DOS von der Version 1.0 (konnte nur einseitig beschreibbare 5,25-Zoll-Disketten mit 180 Kilobyte bearbeiten) auf 1.1 (doppelseitige Disketten) und 2.1 im Jahr 1983 (Unterstützung von Festplatten) für IBM erweitern und gleichzeitig als MS-DOS mit ähnlicher Funktionalität den aufstrebenden Herstellern von IBM-kompatiblen Rechnern wie Compaq, Bull, Ericsson, Olivetti, Tandy oder Zenith anbieten. Mit dieser Strategie legte Gates die Basis für eine monopolartige Marktposition, denn neben den originalen IBM-PCs setzten nun auch alle Klones auf MS-DOS, und Kompatibilität war aufgrund der Austauschbarkeit von Anwendungsdaten gerade im geschäftlichen Umfeld ein Muss.

Laut den Marktforschern von IDC hielt MS-DOS im Jahr 1988 einen weltweiten Marktanteil von 60 Prozent. Im fünfzehnten Jahr des Bestehens (1990) übersprang der Microsoft-Umsatz die Milliarden-Schallmauer (genau 1,183 Mrd. Dollar), ein Zuwachs von 47 Prozent gegenüber 1989. „Rund 50 Millionen Menschen arbeiten rund um den Globus mit dem Betriebssystem MS-DOS“, verkündete Bill Gates damals stolz. Im Geschäftsjahr 1992 kletterte der Umsatz auf 1,8 Mrd. Dollar, wiederum ein Zuwachs um 50 Prozent. Zehn Jahre später, im Geschäftsjahr 2002, verzeichnete der Konzern einen Umsatz von 28,37 Mrd. Dollar. Ab dem Jahr 1985 entwickelte Microsoft mit Windows eine grafische Bedienoberfläche für MS-DOS, welche die Bedienung auf Kommandozeile durch die Maus und Klicken auf Symbole weitgehend

> Präsentieren Sie Ihr Unternehmen in der Jubiläumsausgabe
> Nähere Infos unter +43/1/740-95-411

ablöste. Die Entwicklungen für DOS und Windows liefen über Jahre parallel bis hin zur finalen Version MS-DOS 6.0 im Jahr 1993.

Eine wesentliche Neuerung war Windows 3.1 im Jahr 1991, diese Version führte eine Reihe von Neuerungen ein: OLE - Object Linking and Embedding - gestattete das Einbetten von Objekten beispielsweise aus einer Grafikanwendung in die Textverarbeitung und sogenannte Multimedia-Erweiterungen konnten digitales Video, Audio oder Animationen speichern. Zudem integrierte Windows 3.1 True-Type-Schriften für eine WYSIWYG-Darstellung (What You See Is What You Get) - also detailgetreue Druckausgabe des Bildschirminhaltes.

Die Version Windows für Workgroups 3.11 von 1993 brachte dann integrierte Netzwerkunterstützung. Windows 95 kam mit einer aufpolierten grafischen Benutzeroberfläche und erlaubte lange Dateinamen sowie Festplattenkapazitäten bis 2 Gigabyte, während Windows 98 die 2-GB-Grenze überwand und USB integrierte.

Von Windows NT zu XP

Doch schon 1988 plante Bill Gates die Entwicklung eines neuen Windows-konformen 32-Bit-Betriebssystems, aber ohne den Ballast aus DOS-Zeiten. „Im Sommer 1988 erhielt ich einen Anruf von Bill Gates mit der Bitte, mit ihm über die Entwicklung eines portablen Betriebssystems für kritische Anwendungen zu sprechen. Im Oktober fing ich dann bei Microsoft an, um das ehrgeizigste Projekt meiner Laufbahn zu starten", so Dave Cutler, vorheriger Chef-Entwickler des VAX-Betriebssystems bei Digital Equipment anlässlich der Vorstellung von Windows NT 3.1 im September 1993. NT stand für ‚New Technology' und sollte die Abkehr vom DOS-Unterbau und fortschrittliche Konzepte signalisieren, aber auf die vertraute Bedienoberfläche von Windows 3.1 aufbauen.

Windows NT ist ein symmetrisches Multiprocessing-Betriebssystem, das verschiedene Betriebssystem-Umgebungen wie MS-DOS, Windows und Posix unterstützt. Es setzt Konzepte wie virtuelle Speicherverwaltung, preemptives Multitasking, strukturierte Ausnahmebehandlung und Betriebssystem-Objekte ein. Es ist voll interoperabel mit Unix, aber auch eine attraktive Alternative zu diesem Multitasking/Multiuser-Betriebssystem. „Die beste Unix-Version erzielt nur 200000 Kopien pro Jahr, Software lässt sich ökonomisch jedoch nur über Volumen entwickeln und verkaufen", so Bill Gates. Da Unix bisher das Prädikat eines ‚offenen Systems' zugesprochen wurde, das auch bei öffentlichen Aufträgen präferiert wird, legte Cutler besonderen Wert auf die Implementierung entsprechender Funktionen.

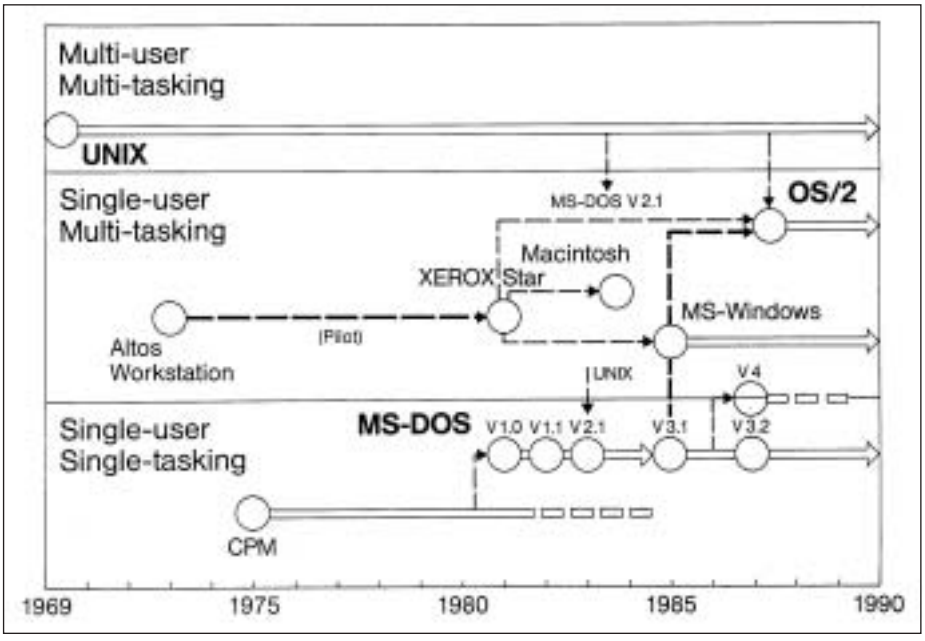
Die Standards ‚Portable Operating System Interface (Posix)' und ‚X/Open Portability Guide (XPG)' aus der Unix-Welt vereinheitlichen allgemein Programmaufrufe zu Dateien, Datenbanken, Netzen und für Bildschirmfenster. Anwendungen, die diesen Standards folgen, können auf einer Vielzahl von unterschiedlichen Systemen laufen, die ebenfalls diese Standards unterstützen. Systeme, die eine Verträglichkeit für Posix und XPG3 haben, ermöglichen ein effizientes Management seiner Ressourcen für die Software-Entwicklung und -Wartung und verkürzen die Zeit für die Anwendungs-Entwicklung.

Nach einem Client/Server-Modell laufen die verschiedenen Betriebssystem-Umgebungen (Windows, MS-DOS, OS/2 und Posix) in Windows NT ab. Das Client/Server-Modell bietet verschiedene Vorteile: Es vereinfacht erstens den Betriebssystemkern. Jede Programmierschnittstelle (API) für die verschiedenen Umgebungen läuft in einem eigenen Server (Prozess auf einem lokalen Computer, auch geschütztes Subsystem oder Umgebungs-Subsystem genannt), so dass es nicht zu Konflikten kommt.

Weitere APIs können hinzugefügt werden. Weiterhin läuft jeder Server in einem eigenen Prozess mit eigenem Speicher und ist so vor anderen Prozessen geschützt. Dazu kommt, dass die Server im User Mode ablaufen und deshalb nicht direkt auf die Hardware oder den Speicher der Betriebssystem-Basis zugreifen können. „Posix in NT erlaubt eine schnelle Portierung von Unix-Anwendungen, und auch die OS/2-APIs seien ein Migrationspfad aus der Sackgasse, in die dieses Betriebssystem kommt", so Bill Gates 1993. Zusammen mit IBM arbeitete man von 1987 bis 1992 an diesem Betriebssystem.

Auf NT 3.1 folgte 1994 die Version 3.5. Die Speicheranforderungen wurden von 16 auf 12 Megabyte reduziert, die Abarbeitung von typischen Applikationen um 30 Prozent erhöht, die Connectivity über TCP/IP, Netware und SNA verbessert und letztlich die verteilte Verarbeitung über DCE (Distributed Computing Environment) der OSF unterstützt. NT 4.0 kam Ende 1996 und wartete mit erweiterter Internet-Funktionalität auf. Bis heute hat sich diese Version in vielen Unternehmen als Client-Server-Betriebssystem bewährt.

Im April 2000 kam Windows 2000 auf den Markt. Windows 2000 Professional für den Arbeitsplatz sollte Windows 98 zumindest in betrieblichen Anwendungen ablösen. Umfassendes Power-Management, geringerer Speicher-



Evolution der PC-Betriebssysteme bis 1990 (Quelle: Siemens)

TRAINERMEDIEN
Hotline +49(0)1801/43738.1
HERDT
www.herdt.com

> Präsentieren Sie Ihr Unternehmen in der Jubiläumsausgabe
> Nähere Infos unter +43/1/740-95-411

bedarf gegenüber NT 4.0, wesentlich höhere Stabilität als Windows 98 sowie weitgehende Unterstützung für Mutimedia und Spiele waren die Argumente. Und ein verschlüsselbares NTFS-Dateisystem sollte Dateien vor Unbefugten schützen.

Die Variante Windows 2000 Server kann mehrere Anwender bedienen (Multiuser) und unterstützt bis zu vier Prozessoren in einem Computer. Die nächste Stufe heißt Advanced Server, unterstützt bis zu acht Prozessoren sowie Cluster von zwei Computersystemen. An Hauptspeicher adressiert diese Variante 64 Megabyte, auch große Anwendungen können damit in diesem Speicher laufen. Die Variante Data Center letztlich soll bis zu 32 Prozessoren, 64 Gigabyte Arbeitsspeicher und Cluster von vier Rechnern unterstützen.

Wesentliche Neuerung in Windows 2000 war das Active Directory, dass das Konzept des Internet-Namensraum mit den Verzeichnisdiensten des Betriebssystems integriert, wodurch eine Vereinheitlichung der Verwaltung verschiedener Namensräume erfolgt, die heute in heterogenen Umgebungen vielfach existieren. Der Standard LDAP ist in diesem Falle von zentraler Bedeutung. Und mit Hilfe eines globalen Kataloges auf einen speziellen Server lassen sich spezifische Objekte finden, unabhängig von ihrer Domäne. Als Suchbegriffe für die telefonbuchartige Suche dienen Attribute von Objekten oder genauere Klassifizierungen. Für größere Organisationen hat sich das Active Directory daher der Dreh- und Angelpunkt einer Windows-2000-Installation entwickelt.

Im Oktober 2001 launchte Microsoft die nunmehr letzte Windows-Version XP. „Windows XP ist eine Weiterentwicklung der mit Windows 95 begonnenen Linie. Weltweit zählt Windows 9X rund 350 Millionen Installationen, allein in Deutschland sind es 20 Millionen. Hinzu kommen acht Millionen Windows NT/2000 Installationen. XP baut auf dem Kern von Windows 2000 auf und vereinheitlicht die Windows-Welt, denn es wird nun nur noch einen gemeinsamen Nenner für alle kommenden Versionen geben“, erläutert Microsoft Deutschland Marketingleiter Michael Hartmann.

Damit ging endgültig die Ära des Betriebssystems DOS zu Ende, denn dieser für Windows 9X erforderliche Unterbau entfällt beim Umstieg auf den Kern von Windows 2000, der ja wiederum dem NT 4.0 entlehnt ist. Entsprechend hat sich für professionelle Anwender von Windows 2000 wenig geändert, denn Windows XP Professional bietet wenig mehr Funktionen als Windows 2000 bereits heute. Der wesentliche Unterschied liegt in der Unterstützung von XML, dem einheitlichen Austauschformat für Daten im Internet. „Mit XML lassen sich nun verteilte Anwendungen im Internet direkt realisieren“, schwärmte denn auch Hartmann. Weitere Punkte dürften die integrierten Terminal-Services sein, mit deren Hilfe andere Anwender im Hintergrund ihre Applikationen bearbeiten können, der integrierte Personal-Firewall oder die aufgeräumtere Bedienoberfläche. Und eine 64-bit-Variante soll die neuen Prozessoren von AMD und Intel unterstützen.

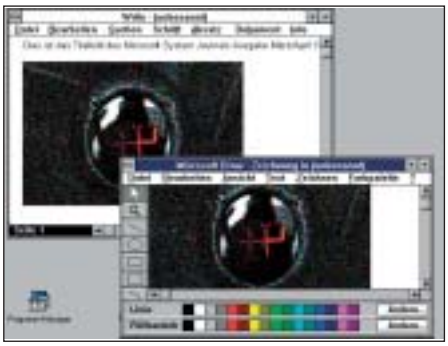
Im November letzten Jahres nun brachte Microsoft seine letzte Innovation auf den Markt, den Tablett-PC. „Wesentliche Komponente des hierfür erweiterten XP-Betriebssystems ist die Handschriftenerkennung, die bereits ohne Training eines Erkennungsgenauigkeit von 95 Prozent aufweist. Hierfür haben wir weltweit Millionen von Handschriften analysiert und in Deutschland allein eine Million“, so Hartmann. Die Schrifterkennung werte nicht nur einzelne Zeichen, sondern auch die Bewegung des Stiftes sowie den Schreibdruck aus und verfüge über ein umfangreiches Wörterbuch, aus dem bei nicht erkannten Zeichen die korrekte Schreibweise übernommen werden kann. Zudem sei für jede der sechs unterstützten Sprachen eine eigene Erkennungseinheit vorhanden, welche nationale Eigenheiten der Schreibweise unterstütze. „Wir sehen den Tablett-PC damit als produktives Werkzeug für den Mitarbeiter, der sich zudem voll in die Infrastruktur des Unternehmens einfügt“.

Zweites Standbein Anwendungen

Neben Betriebssystemen setzte Microsoft auf Anwendungsprogramme und damit auch auf eine enge Verzahnung mit den Funktionen des Betriebssystems. Textverarbeitung war eine der gefragtesten Anwendungen, Gates reservierte sich für diese Anwendung die Bezeichnung Word und stritt sich anfänglich mit Wordstar und Wordperfect (später von Novell übernommen) um die Marktführerschaft.

Oberfläche des aktuellen Betriebssystems Windows XP

Als Microsoft Office für Windows 1991 vorgestellt wurde, bestand es aus einem einfachen Bundle und war als Marketingstrategie vorgesehen, um den Kunden verschiedene Desktop-Applikationen wie Textverarbeitung (Word),



OLE ermöglichte ab Windows 3.1 Drag-and-Drop

Datenbank (Access) Präsentation (Power Point) und Tabellenkalkulation (Excel) preisgünstig zur Verfügung zu stellen.

Doch schon bis 1993 hatten neue Anforderungen die Entwicklung der Büroanwendungen beeinflusst. So wuchs der Umsatz vor allem bei Windows-Anwendungen, während der Markt für DOS-Textverarbeitungen und -Tabellenkalkulationen rückläufig war. Marktforschungen belegten, dass die Anwender mehrere Applikationen einsetzten. Infocorp berichtete, dass 1992 die durchschnittliche Anzahl von Applikationen pro Windows-Desktop auf über 7 Programme anstieg, 1986 waren es noch 3,4 Programme pro MS-DOS-Arbeitsplatz. Auf dem Macintosh stieg die durchschnittliche Zahl der Applikationen von 4,2 im Jahre 1986 auf 7,1 Programme.

Ähnliche Ergebnisse zeigten die Daten von PC Watch: 1992 arbeiteten 90 Prozent der Anwender einer Textverarbeitung mit einer zusätzlichen Tabellenkalkulation und 87 Prozent mit einer Präsentationsgrafik. Übereinstimmend mit diesen Ergebnissen ergaben interne Untersuchungen von Microsoft, dass unter den Access-Anwendern 80 Prozent Word und 75 Prozent Excel nutzen. Unter den PowerPoint-Anwendern setzten 89 Prozent Word ein.

Die Anwender kauften zunehmend komplette Büroanwendungspakete, um eine integrierte Verarbeitung unterschiedlicher Applikationen zu realisieren. Von 1992 bis heute gehört Microsoft-Office zu den Marktführern und repräsentiert fast die Hälfte des Konzernumsatzes. Derzeit ist Office 11 (Releasedatum Mitte 2004) in der Entwicklung und soll mit XML als Austauschformat besonders das kollaborative Arbeiten über das Internet erleichtern.

Die enge Verzahnung der Anwendungen und hier des Internet-Explorers (1995 eingeführt) mit Windows führte ab Oktober 1998 zu einem langwierigen Kartellverfahren, das im letzten Jahr mit einem Vergleich endete. Die wesentlichen Wachstumsmärkte der Zukunft sieht Bill Gates, seit Januar 2000 Chief Software Architect, in mobilen Geräten wie den Pocket-PCs und Smartphones. ❑

Das Buch gegen unbemannte Dinosaurier

„Nothing sucks like a VAX!“ und „Die Mainframes sind TOT!“ waren die beliebten Kriegsrufe der Mikroprozessor-Revolution der 80er.

Reinhard Gantar

Die VAXen, Pr1mes und 1100er sind tatsächlich von den Rechenzentren auf die Rückseiten von „Trivial Pursuit“-Kärtchen übersiedelt, aber IBMs z/OS bzw. OS/390 erfreut sich steigender Beliebtheit. So großer Beliebtheit, dass viele ein Personalproblem am Horizont heraufdämmern sehen: Abgeschreckt von den früher düsteren Aussichten der „Dinosaurier“ wandte sich eine ganze Generation von IT-Experten von dieser Sparte ab und widmete ihr Talent lieber einer vielversprechenden und glamourösen neuen Technologie namens World Wide Web.

Überraschung, Überraschung - gerade auf diesem heute erwachsenen Feld erlebte das geschmähte „Big Iron“ seinen zweiten Frühling. Die neue Situation: Auf der einen Seite ein gewaltiges Arsenal an Web-erprobten Unixistas zur Bemannung oft riesiger, Supermikro-basierter Monsterwebsites, die ab einer gewissen Größe in einen administrativen Flohzirkus ausarten. Auf der anderen Seite ein bewährte und reife Technologie, der langsam die Experten aus- weil in Pension gehen.

In präzise diese Bresche springt nun Oldenbourgs „Einführung in z/OS und OS/390; Webservices und Internet-Anwendungen für Mainframes“. Das schlanke Buch richtet sich nicht an Internet-Anfänger, sondern an Leute, die bereits e-Commerce- und Content-Systeme bauen und betreiben können und den Umstieg in die Welt der Großrechner erwägen. Obwohl das Autorenteam ihr Werk als „einführendes Werk zum Selbststudium“ versteht, liegt der größte Vorzug des Buches darin, dass es genau das nicht ist.

„z/OS“ ist mehr ein Einblick und Überblick als eine gründliche Einführung, aber das liegt am Umfang des behandelten Terrains. Der interessierte Leser sollte sich von den über Strecken schwierigen Passagen und dem eher sperrigen Stil nicht abschrecken lassen, denn diese Mängel sind irrelevant. „z/OS“ ist mehr ein Schmöker- und Kopfpolsterbuch und hebt sich in Aufmachung und Sprache deutlich von den Hochglanzprodukten der Zertifizierungsindustrie ab.

Die Reise beginnt bei einer Besprechung der „exotischen“ (von der Warte der Pentium-Generation aus betrachtet) Hardware über Organisation des Betriebssystems (mit vielen Aha-Erlebnissen zur Windows-3.11-Epoche) über „Transaktionsmonitor“ und „Jobcontrol“ bis zum Web-Applikationsserver und Internet-Integration. Ungeduldige Leser werden sich vermutlich nicht streng an diese Reihenfolge halten, sondern das Buch zunächst nach „Stellen“ durchforsten, d.h. der Erörterung besonders raffinierter oder exotischer Konzepte, den Jargon der Mainframer assimilieren und je nach Interesse und Schwerpunkt tiefer bohren.

Für die weitere Mainframe-Karriere ist die Bibliographie sehr empfehlenswert. In anderen Worten: „z/OS“ zeigt dem Pinguin-Kenner den ganzen Tyrannosaurus Rex und soll Lust darauf machen, sich mit der Thematik weiter zu befassen. Denn irgendjemand muss und wird sich auch im 21. Jahrhundert mit den totgeglaubten Großrechnern auskennen.

P. Herrmann, U. Kebschull, W.G. Spruth: Einführung in z/OS und OS/390; Webservices und Internet-Anwendungen für Mainframes. Oldenbourg, 300 Seiten. Hier der Link zur entsprechenden Page des Verlags: http://www.oldenbourg.de/frame0.htm?http://www.oldenbourg.de/cgi-bin/rotitel?T=27214

Top - Businessbücher

getAbstract, der weltweit größte Anbieter von Businessbuch-Zusammenfassungen, ermittelt monatlich für "Monitor" die besten Bücher zum Thema IT aus seinem Web-Shop (www.getabstract.com). Monitor-Leser können den Service 2 Wochen lang gratis testen unter www.monitor.co.at/getabstract

❶ Ausser Kontrolle.Wie Comroad & Co. durch das Finanzsystem in Deutschland schlüpfen
Renate Daum
Die Trägerin des Helmut-Schmidt-Journalistenpreises 2001 hat die Ergebnisse Ihrer Asien-Recherche in einem Enthüllungsbericht über einen der größten Finanzschwindel der New Economy - den ComRoad-Skandal spannend zusammengefasst..
FinanzBuch Verlag- 2003 -256 Seiten
ISBN: 3898790312 - € 24,90

❷ Die EGO AG
Günter Ogger
Der ehemalige Journalist und Bestsellerautor schildert plastisch und unterhaltsam Misstände, die sich in den letzten Jahren im Wirtschaftsleben breit gemacht haben. Leider ist vieles ist nicht neu und so mancher Vorwurf an Unternehmen mit Vorsicht zu betrachten.
Bertelsmann - 2003. 320 Seiten
ISBN: 3570006638 - € 22,90

❸ Interne Kommunikation im Unternehmen.Von der Hauszeitung bis zum Intranet.
Philip Meier
Der Schweizer Kommunikationsberater trägt in seiner Studie die klassischen Instrumente der internen Kommunikation zusammen, bewertet sie und macht Vorschläge zu deren Optimierung.
Orell Füssli - 2002 -192 Seiten
ISBN: 3280026938 - € 29,50

❹ CRM für den Mittelstand
Michael Brendel
Michel Brendel richtet sich speziell an den Mittelstand und legt einen leicht verständlichen und gut gegliederten Schnellkurs zum Thema "Wie baue ich mir ein CRM-Haus?" vor. Er zeigt vom Fundament über den Innenausbau bis zum Dach alle Schritte für die erfolgreiche Implementierung eines CRM-Projekts auf. Fallbeispiele, Schaubilder und Checklisten ergänzen den Text.
Gabler Verlag- 2002 -189 Seiten
ISBN: 3409119345 - € 34,90

❺ InsideYahoo!
Karen Angel
Die New York Times Journalistin portraitiert, wie Yahoo, der Pioneer der Internetsuchdienste, vom Studenten-Hobby zum Millionen schweren Unternehmen wurde und dem Zeitgeist der Internet-Bubble zum Opfer fiel. Eine strukturiertere Analyse hätte dem Buch gut getan.
Verlag: John Wiley & Sons- 2002 - 288 Seiten
ISBN: 0471007935 - € 27,95

Inserentenverzeichnis: 5/2003

addIT 10
Allied Telesyn 17
ARP Datacon 15
Boom Software AG 27
Distrelec 37
Dicom Informationstechnologie 55
Elmeg 7
Fluke/schoeller 51
IBM 9
Herdt-Verlag 59,61,63
ICNM 39
Inisys 34
KSI 50
Maxdata 4.U
Mesonic 31
Microsoft Businesss Solutions 21
MicroStrategy 19
Octocom 57
R.I.Z. 59
SAS 25
Scout 11
SBS 2.U
schoeller network control 49
Telekom Austria 48
UTA 45
yc:net.works 43

Monitor im Internet

http://www.monitor.co.at

Vorschau auf Juni 2003

Themen:

- Informationsmanagement: DMS, Content Management, Archivierung etc.
- „Made in Austria" - IT in den Bundesländern. Teil 4: Steiermark
- Telekom Serie: Hosting / Housing
- Marktübersicht: Multifunktionsgeräte

Direkter E-Mail Kontakt:

Allgemeine E-Mail Adresse .....office@monitor.co.at
Chefredakteur: DI Rüdiger Maier .....maier@monitor.co.at
Redaktion: Mag. Dominik Troger .....troger@monitor.co.at
Anzeigenleitung:
Mag. Engelbert Haidinger .....haidinger@monitor.co.at
Anzeigenverkauf:
Martina Döller .....doeller@monitor.co.at
Christian Sailer .....sailer@monitor.co.at
Anzeigenverwaltung: Hildegard Fatahtouii .....fatahtouii@monitor.co.at
Technischer Leiter & Layout: Gerhard Hegedüs .....hegedues@monitor.co.at

MONITOR ABO-HOTLINE: Tel.: 01-74095-496, E-Mail.: abo.zv@bohmann.co.at

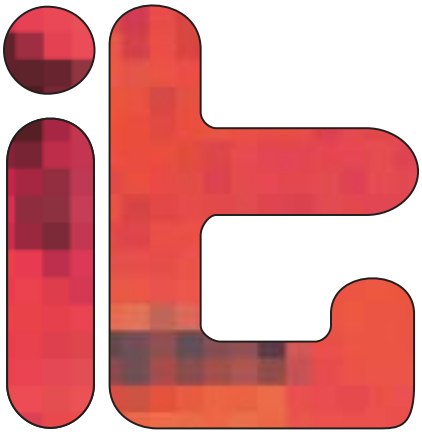
Impressum: Monitor **Das Magazin für Informationstechnologie - 20. Jahrgang**

Medieninhaber und Verleger: Bohmann Druck und Verlag Ges.mbH & Co KG, Leberstr. 122, A-1110 Wien, Telefon 01/74095-410 , Telefax 01/74095-425, E-Mail: office@monitor.co.at, www.monitor.co.at - *Chefredakteur:* DI Rüdiger Maier (Mai) - *Redaktion:* Mag. Dominik Troger (dat) - *Redaktion Schwerpunktthemen:* Ilse Wolf, Rudolf Wolf - *Autoren:* Carsten Bange, Peter Cox, Reinhard Gantar, Engelbert Haidinger, Christian Henner-Fehr, Stephan H. Gursky, Klaus Hoffmann, Achim Scharf, Barbara Schütze, Andreas Roesler-Schmidt, Dr. Christine Wahlmüller - *Anzeigenleitung:* Mag. Engelbert Haidinger - *Technischer Leiter & Layout:* Gerhard Hegedüs - *Anzeigenverwaltung:* Hildegard Fatahtouii - *Aboverwaltung:* Bohmann Aboservice: Tel.:01-74095-496, e-mail: abo.zv@bohmann.co.at - *Druck:* Leykam Druck Ges.m.b.H., Werk Gutenberg, Johannes-Gutenberg-Straße 5, A-2700 Wiener Neustadt. *Verlags- und Herstellungsort:* Wien - *Vertrieb:* Morawa - *Bezugspreise:* Siehe Kartenanhang - *Erscheinungsweise:* 11 x im Jahr plus drei Sonderausgaben: „HARDWARE", „SOFTWARE", „KOMMUNIKATION" - *Einzelverkaufspreise:* € 3,50 - *Anzeigenpreise:* Es gilt die Anzeigenpreisliste laut Mediadaten 2003 - Monitor-Jahresabo: € 31,10 Auslandsabo: zuzgl. Versandspesen € 25,60 - *Bankverbindung:* Bank Austria - Blz.: 20151, Kto.: 653 092 700, Creditanstalt Bankverein - Blz.: 11000, Kto.: 0066-42763/00 - *DVR:* 0408689 - *FBNR:* 9642f/FB - *Gericht:* HG Wien - *ARA Liz.-Nr.:* 1214 - *UID* ATU10940909 *Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Nachdruck oder Übersetzung sind ebenso wie die Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und das Anbieten über Online-Dienste nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages erlaubt.*

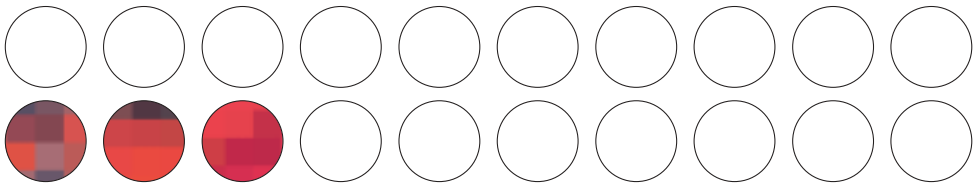
ÖAK Auflagenkontrolle
Druckauflage Jahresschnitt 2002: 14.916

diamond:dogs

20 Jahre im Zeichen von



www.monitor.co.at



Zwei Jahrzehnte Monitor. Die Fachzeitschrift für IT: Lesen – Wissen – Entscheiden!
Die Serie zum Jubiläum. Ab April im Monitor. Die Jubiläumsausgabe erscheint am
7. Juli 2003. Präsentieren auch Sie Ihr Unternehmen in dieser Ausgabe.
Nähere Infos unter +43|1|740-95-411

20 Jahre Monitor
Das Magazin für Informationstechnologie

MAXDATA
REAL HARD WARE

MACHEN SIE ES DOCH WO SIE WOLLEN

DAS MAXDATA PRO 7000X MIT INTEL® CENTRINO™ MOBILTECHNOLOGIE ERMÖGLICHT IHNEN ZU ARBEITEN WO SIE WOLLEN

Das MAXDATA Notebook Pro 7000X mit Microsoft® Windows® XP Professional ist die ideale Kombination aus neuester Hardware und aktuellster Software. Mit 15.0 Zoll TFT-Display, 256 MB RAM, **Intel® Centrino® Mobiltechnologie für mehr Mobilität**, 40 GB HDD (inkl. Shockprotection), Combo-Laufwerk, Multifunktionsschacht und dem internen Wireless LAN, UVP: 1.990 € (inkl. MWSt.). Dieses perfekte Komplettpaket ermöglicht Ihnen Kommunikation an jedem Ort. Egal, ob am Arbeitsplatz oder im Freien – alle wichtigen Informationen stehen immer zur Verfügung. Mehr unter: www.maxdata.at, Tel: 01 27789 90, vertrieb@maxdata.at

MAXDATA empfiehlt Microsoft® Windows® XP Professional für Unternehmen.

intel inside
centrino™
MOBILE TECHNOLOGY

UNABHÄNGIG WIE NOCH NIE: MAXDATA PRO 7000X MIT INTEL® PENTIUM® INTEL® CENTRINO™ MOBILTECHNOLOGIE UND WINDOWS® XP

Intel, Intel Centrino, Intel Inside, das Intel Centrino Logo und das Intel Inside Logo sind Marken der Intel Corporation oder ihrer Tochtergesellschaften in den USA oder anderen Ländern.
Microsoft und Windows sind eingetragene Warenzeichen der Microsoft Corporation.eingetragene Warenzeichen der Microsoft Corporation.